

Univerzita Karlova

Přírodovědecká fakulta

Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie

Studijní obor: Regionální a politická geografie



Bc. Tereza de Wolfová

**GLAMPING JAKO NOVÁ FORMA CESTOVNÍHO RUCHU A ANALÝZA
JEHO POTENCIÁLU V ČESKU**

**GLAMPING AS A NEW FORM OF TOURISM AND AN ANALYSIS OF ITS
POTENTIAL IN CZECHIA**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Praha, 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, 11. 12. 2020

Bc. Tereza de Wolfová

Podpis:

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala všem, kteří mi pomohli při tvorbě této práce a výzkumu. Děkuji panu RNDr. Jiřímu Vágnerovi, Ph.D. za jeho cenné rady, myšlenky, připomínky a usměrnění při psaní této diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině, zejména rodičům a příteli za podporu věnovanou během celého studia.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá novou formou cestovního ruchu - glampingu na území Česka. Na základě analýzy české nabídky glampingu vysvětluje současný vývoj a potenciál glampingu v České republice. První část práce se zaměřuje na teoretické zarámování glampingu v rámci cestovního ruchu a jeho obecnou charakteristiku a vývoj. Důležitým bodem práce je i vymezení geografického rozložení glampingu ve světě. Na základě zjištěných charakteristik byl vytvořen kvalitativní výzkum glampingu v Česku, jehož metody tvoří analýza nabídky a poptávky na trhu a metoda polostrukturovaného rozhovoru a terénního výzkumu.

Empirická část je založena na analýze současného stavu glampingu v Česku. V této části došlo k vymezení lokací glampingu a předpokladů pro glampingové destinace v Česku a vysvětlení obecných charakteristik, do níž je zahrnut i rozbor cílové skupiny a sezónnosti glampingu. Práce byla zpracována v období pandemie viru Covid-19, a proto zkoumá i dopady a vlivy této krize právě na glamping jako součást zasaženého odvětví cestovního ruchu.

Mezi hlavní přínosy této práce patří poskytnutí prvního uceleného pohledu na fenomén glampingu v českém prostředí, kterým se dosud nikdo v takovém rozsahu nezabýval.

Klíčová slova: glamping; formy cestovního ruchu; Česko; přírodní cestovní ruch; alternativní cestovní ruch, udržitelný cestovní ruch

Abstract

The diploma thesis deals with a new form of tourism - glamping in Czechia. Based on the analysis of the Czech glamping offer explains the current development and potential of glamping in Czechia. The first part of the thesis focuses on the theoretical framing of glamping tourism as part of tourism and its general characteristics and latest development. An important point of the thesis was to define the geographical distribution of glamping in the world. Based on the identified characteristics, a qualitative research of glamping in Czechia were created, the methods of which are the analysis of market supply and demand and the method of semi-structured interview and field research.

The empirical part of the thesis is based on an analysis of the current state of glamping in Czechia. In this part, the locations of glamping and the preconditions for glamping destinations in Czechia were defined, which contains also a general characteristic, which also deals with the target group and the seasonality of glamping. The thesis was written during the Covid-19 pandemic, and therefore examines its effects and consequences especially on glamping tourism.

The main benefits of this work include the provision of the first comprehensive view of the phenomenon of glamping in the Czech environment, which no one has dealt with to such an extent so far.

Key words: glamping; tourism forms; Czechia; nature-based tourism; alternative tourism, sustainable tourism

OBSAH

SEZNAM TABULEK.....	7
SEZNAM GRAFŮ.....	7
SEZNAM OBRÁZKŮ.....	8
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK.....	8
1. Úvod	9
2. Obecně teoretický rámec.....	12
2.1 Glamping.....	12
2.2 Vymezení glampingu v rámci cestovního ruchu	14
2.3 Vývoj a typologie glampingu.....	23
2.4 Motivace	29
2.5 Účastníci glampingu a jejich typologie.....	31
2.6 Prostorové rozložení glampingu ve světě	34
2.7 Charakteristika zájmového území.....	41
3. Metodika výzkumu a zpracování dat.....	45
3.1 Metody sběru dat a analýzy.....	45
4. Analýza vývoje poptávky glampingu	50
4.1 Pojem glamping ve světě	50
4.2 Pojem glamping v Česku	54
5. Analýza nabídky glampingu v Česku.....	58
5.1 Geografické rozložení	60
5.2 Typologie glampingu.....	67
5.3 Glamping a udržitelný cestovní ruch	84
5.4 Sezónnost	87
5.5 Účastníci glampingu a jejich typologie.....	89
5.6 Vliv pandemie Covid-19	92
6. Diskuze	96
7. Závěr.....	100
8. Seznam zdrojů	104
PŘÍLOHY	111

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Typologie glampingových areálů	29
Tabulka 2: Celosvětová nabídka glampingových zařízení k 01/2018	34
Tabulka 3: Osnova polostrukturovaného rozhovoru	46
Tabulka 4: Kontaktované subjekty	48
Tabulka 5: Nabídka glampingu v Česku	58
Tabulka 6: Počet glampingových areálů v krajích ČR	60
Tabulka 7: Koncentrace a intenzita glampingové nabídky v krajích ČR	61
Tabulka 8: Rozložení glampingu v jednotlivých typech krajiny	64
Tabulka 9: Aktivity spojené s glampingem	67
Tabulka 10: Typy glampingových objektů v Česku	68
Tabulka 11: Jedinečné dřevěné stavby	69
Tabulka 12: Stany	71
Tabulka 13: Karavany	72
Tabulka 14: Malé mobilní domy a objekty	73
Tabulka 15: Kopule	74
Tabulka 16: Jurty a Teepee	75
Tabulka 17: Větší glampingové objekty	76
Tabulka 18: Charakteristika glampingových areálů	77
Tabulka 19: Sezónnost	87
Tabulka 20: Charakteristika glampingového účastníka	91
Tabulka 21: Vliv pandemie viru Covid-19 na glamping	95

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Četnost vyhledávání pojmu glamping ve světě (2008-2020)	50
Graf 2: Četnost vyhledávání pojmu glamping ve světě (2015-2020)	52
Graf 3: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2010-2020)	54
Graf 4: Porovnání trendu vyhledávání ve světě a v Česku (2015-2020)	55
Graf 5: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2020)	56
Graf 6: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2015-2020)	57

SEZNAM OBRÁZKŮ

Tabulka 1: Typologie glampingových areálů	29
Tabulka 2: Celosvětová nabídka glampingových zařízení k 01/2018	34
Tabulka 3: Osnova polostrukturovaného rozhovoru	46
Tabulka 4: Kontaktované subjekty	48
Tabulka 5: Nabídka glampingu v Česku	58
Tabulka 6: Počet glampingových areálů v krajích ČR	60
Tabulka 7: Koncentrace a intenzita glampingové nabídky v krajích ČR	61
Tabulka 8: Rozložení glampingu v jednotlivých typech krajiny	64
Tabulka 9: Aktivity spojené s glampingem	67
Tabulka 10: Typy glampingových objektů v Česku	68
Tabulka 11: Jedinečné dřevěné stavby	69
Tabulka 12: Stany	71
Tabulka 13: Karavany	72
Tabulka 14: Malé mobilní domy a objekty	73
Tabulka 15: Kopule	74
Tabulka 16: Jurty a Teepee	75
Tabulka 17: Větší glampingové objekty	76
Tabulka 18: Charakteristika glampingových areálů	77
Tabulka 19: Sezónnost	87
Tabulka 20: Charakteristika glampingového účastníka	91
Tabulka 21: Vliv pandemie viru Covid-19 na glamping	95

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
CHKO	Chráněná krajinná oblast
NP	Národní park
PP	Přírodní park
PR	Přírodní rezervace
USA	Spojené státy americké

1. Úvod

Globální cestovní ruch zaznamenal v posledních desetiletích dynamický růst a výrazné zlepšení kvality turistické nabídky, která se projevuje v posunu od masového cestovního ruchu směrem k cestovnímu ruchu alternativnímu. Současní turisté jsou zkušenější a dobře informovaní cestovatelé, kteří hledají skutečné a autentické zážitky, a jejich potřeby a přání se tak stávají náročnějšími. Ve společnosti zároveň dochází ke změnám preferencí trávení volného času a způsobu cestování. Lidé se snaží trávit více času v přírodě a v soukromí, ale současně chtějí zažívat nové věci v komfortu, na který jsou zvyklí domova a hotelů.

K diverzifikaci turistické nabídky a souvisejícímu rozvoji udržitelného cestovního ruchu společně pozitivně přispívá i potřeba diverzity, péče o životní prostředí a znovuoživení přírody následovaná transformací a novým vnímáním venkova (Boscoboinik, Bourquard 2012).

Právě tyto trendy a změny ve společnosti způsobily nárůst poptávky po nových a rozmanitých typech ubytování. Rostoucí trend návratu k přírodě a zvyšující se ekologické povědomí turistů navíc vedly ke zvýšení poptávky po campingových areálech a podobném typu ubytování. Campování uspokojuje potřebu turistů trávit čas v přírodě, ale tento typ ubytování byl pro velké množství lidí nevyhovující, a proto se začal rozvíjet glamping. Jedná se o specifickou formu ubytování v přírodě, která neutralizuje nevýhody campingu poskytováním vysoké úrovně pohodlí.

Glamping je netradiční zážitek, spojený s komfortním a unikátním ubytováním v přírodním prostředí. Je to nová forma trávení volného času na zajímavém místě v přírodě, které zároveň poskytuje pohodlí domova. **Glamping lze definovat jako komfortní campování, kombinující autentické luxusní ubytování a klid přírody.** Samotné glampingové objekty tvoří převážně kreativní stavby, které jsou harmonicky a udržitelně integrovány do okolního přírodního prostředí.

Glamping, který zaznamenává během posledního desetiletí v zahraničí rychlý rozvoj, je inovativním způsobem jak strávit čas v přírodě v pohodlí, a to udržitelným způsobem, který se snaží přírodu zhodnotit a ne využít (Groe 2018). Glamping je tedy založen na udržitelném CR, jehož prostřednictvím by se lidé měli učit odpovědnosti a vztahu k přírodě.

Tato diplomová práce, která se věnuje glampingu v Česku a jeho charakteristice, vychází z velmi aktuálních zdrojů zahraniční literatury, a na základě analýzy české nabídky glampingu vysvětluje současný vývoj a potenciál glampingu v ČR. Glamping je v Česku v cestovním ruchu poměrně nové a neprozkoumané téma, proto hlavní a nejdůležitější úlohou práce bylo zjistit jeho současný stav, geografické lokace glampingových areálů a jejich rozložení na území Česka.

Cíle práce

Tato práce představuje analýzu nového vyvíjejícího se trendu udržitelného cestovního ruchu - glampingu. Přestože se glamping v Česku začíná rozvíjet, je stále velmi neprozkoumanou oblastí cestovního ruchu a trávení volného času a neexistuje žádné vymezení pojmu glamping, glampingových destinací, jejich charakteristika či lokalizace. Zhodnocení současné nabídky a případného potenciálu glampingového cestovního ruchu je tedy hlavním cílem této práce.

Obecným cílem diplomové práce je odpovědět na výzkumné otázky, a celkově glamping v Česku charakterizovat.

V rámci aktuální situace v době pandemie viru Covid-19, která silně postihla cestovní ruch, bude dalším cílem výzkumu odpovědět na to, jaký měla světová krize způsobená pandemií vliv na rozvoj glampingu v Česku.

Výzkumné otázky

V rámci práce jsem si dala za cíl nejprve definovat základní pojmy vztahující se ke glampingu a vymezit teoretický rámec glampingu jako součástí cestovního ruchu a následně odpovědět na tyto výzkumné otázky:

- *Jaký je současný stav a vývoj glampingu v Česku na pozadí vývoje ve světě? Jaké je v Česku prostředí pro rozvoj glampingu a jaký zde má glamping potenciál?*
- *Jaké je v Česku a ve světě geografické rozložení glampingu? Kde v Česku najdeme glampingové objekty?*
- *Jakou má v Česku glamping sezónnost?*
- *Jaká je cílová skupina uživatelů glampingu v Česku?*
- *Jaký měla pandemie viru Covid-19 a související krize vliv na glamping?*

Důvodem pro výběr tématu práce zabývající se glampingem je především můj osobní zájem o netradiční cestovní ruch a ubytování v přírodě. V zahraniční literatuře je glamping novým trendem, o kterém se v Česku dosud v odborné literatuře nereferuje a i mezi veřejností není tento pojem a

informace o něm příliš rozšířené. Jedním z hlavních důvodů výběru je tedy i absence informací o glampingu v Česku. Domnívám se, že tato práce může přinést charakteristiku glampingu v Česku, zhodnocení jeho potenciálu a charakterizovat budoucí vývoj, čímž může být přínosná různým subjektům působícím v cestovním ruchu - destinačním agenturám, campům, rekreačním areálům a stávajícím i budoucím provozovatelům glampingových zařízení.

Struktura práce

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a empirickou. V teoretické části práce je věnována pozornost definování glampingu, jakožto nové formy cestovního ruchu a jeho postavení v rámci CR, a také je kladen velký důraz na postavení glampingu v kontextu udržitelného cestovního ruchu. Dále se věnuji celkové charakteristice glampingu, jeho vzniku a vývoji, typům glampingových objektů a vymezení hlavních destinací glampingu ve světě. Jelikož za zájmové území bylo vybráno Česko, zaměřuji se v další části práce na charakteristiku území a vývoji cestovního ruchu v Česku.

V empirické části práce se nejprve věnuji metodice výzkumu, která je rozdělena do dvou typů a procesu sběru dat: 1) rozhovorů a terénního výzkumu a 2) analýze nabídky a poptávky po glampingu. Následuje samotná analýza dat a geografického rozložení glampingu v Česku. Dále je analyzována celková charakteristika současné nabídky glampingového cestovního ruchu a v diskuzi jsou tyto zjištěné aspekty v Česku porovnány s teoretickými koncepty a trendy glampingu ze zahraničí.

Závěrem jsou stručně shrnuty a zobecněny výsledky analýz, zodpovězeny výzkumné otázky a především je zhodnocen potenciál glampingu v Česku a nastíněn jeho budoucí vývoj.

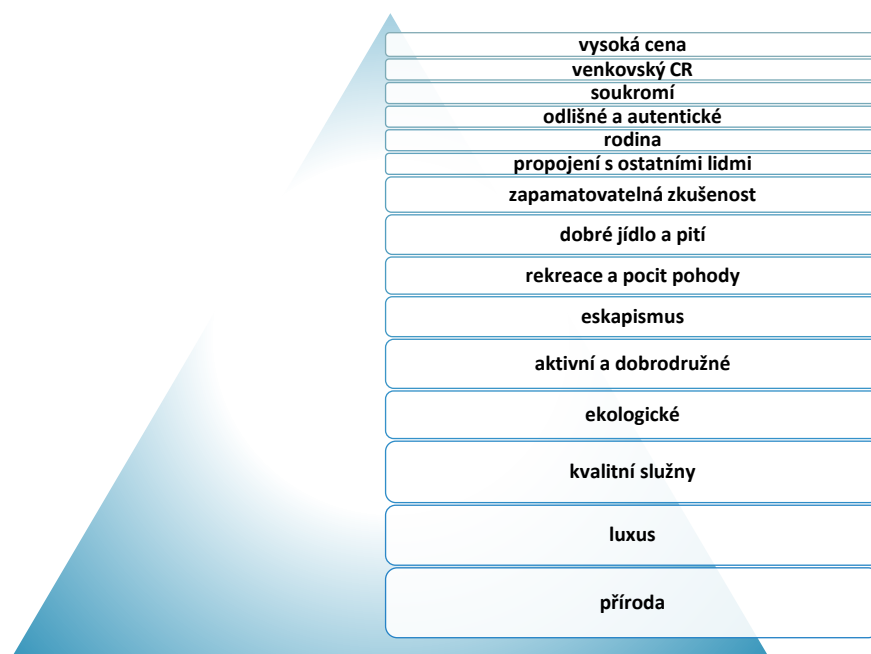
2. Obecně teoretický rámec

2.1 Glamping

Glamping lze definovat především jako pohodlné campování, kombinující autentické komfortní ubytování s klidem přírody. Sám pojem glamping vznikl spojením dvou anglických slov „*glamorous*” a „*camping*” a doslova znamená okouzující luxusní campování.

Sakáčová (2013) definuje glamping jako *formu trávení dovolené v luxusním campu v unikátním přírodním prostředí*. Vyznačuje se komfortem a využívá vysoce kvalitní služby, které zahrnují možnost vyzkoušet si dobrodružné aktivity, jíst vynikající čerstvé jídlo a vychutnat si lahodné nápoje. Je prostředkem k útěku do přírody a relaxaci ekologickým a udržitelným způsobem. Sakáčová (2013) ve své práci dále vymezuje pojmy asociované s glampingem, jak je uvedeno na obrázku č. 1, nejčastěji jsou to pojmy příroda, luxus, kvalitní služby, ekologické či aktivní a dobrodružné.

Obrázek 1: Asociace s glampingem



Zdroj: Sakáčová 2013, vlastní zpracování

Jedná se o nový trend outdoorového cestovního ruchu, který kombinuje luxus a přírodu, relaxaci a pohodlí, respektuje přírodní prostředí a zároveň poskytuje exkluzivitu a jedinečnost v nabídce ubytování (Andrey, Galera, Cabido, Wiskey 2014). Glamping se rychle rozvíjí, a na rozvoj nabídky

glampingu a její růst má dle Petruša a Vlahov (2019, s. 837) vliv „*silný pozitivní důraz na životní prostředí, udržitelný rozvoj, transformace turistické poptávky a nové vnímání významu přírodních, autentických a venkovských míst*”.

Cílem glampingu je, dle autorů Boscoboinik a Bourquard (2012), *nabídnout hostům alternativu k cílům masového turismu, kde si mohou nerušeně užít dovolenou, rekreaci a další turistické aktivity*. Mnoho glampingových resortů nabízí exkurze a originální dobrodružné aktivity mimo samotný areál, jako je safari, turistika, rafting atd., důraz je ale vždy kladen na klientovo pohodlí.

Právě pohodlí je zajištěno ubytováním v jedinečných glampingových objektech, které musí být autentické, domácké a inspirativní. Od typických campingových objektů se odlišují především tím, že by měl být luxusní a zákazník přijíždí do již hotového ubytování bez námahy (Inspired camping 2020). Zakladatel portálu GlampingHub, využívá při identifikaci glampingových objektů 3 charakteristiky, které jsou uvedeny na obrázku č. 2. Měly by mít jedinečnou a unikátní stavbu, okamžitý přístup do přírody (na rozdíl od hotelových hal) a pohodlí a komfort hotelu (Fodors 2013). Podle Petruša a Vlahov (2019, s. 837) však „*glamping není jen několik luxusně navržených stanů nebo jiných ubytovacích objektů v přírodě, ale také příběh, integrovaný jedinečný projekt a komplexní, udržitelný, rozsáhlý balíček se širokou škálou služeb*”. Zákazníci si při glampingové dovolené mohou užívat nádherných výhledů, jedinečných staveb a budov, a zachovalé krajiny a zároveň odpočívat v pohodlné posteli, horké kádi nebo v sauně (Petruša, Vlahov 2019).

Obrázek 2: Charakteristika glampingu



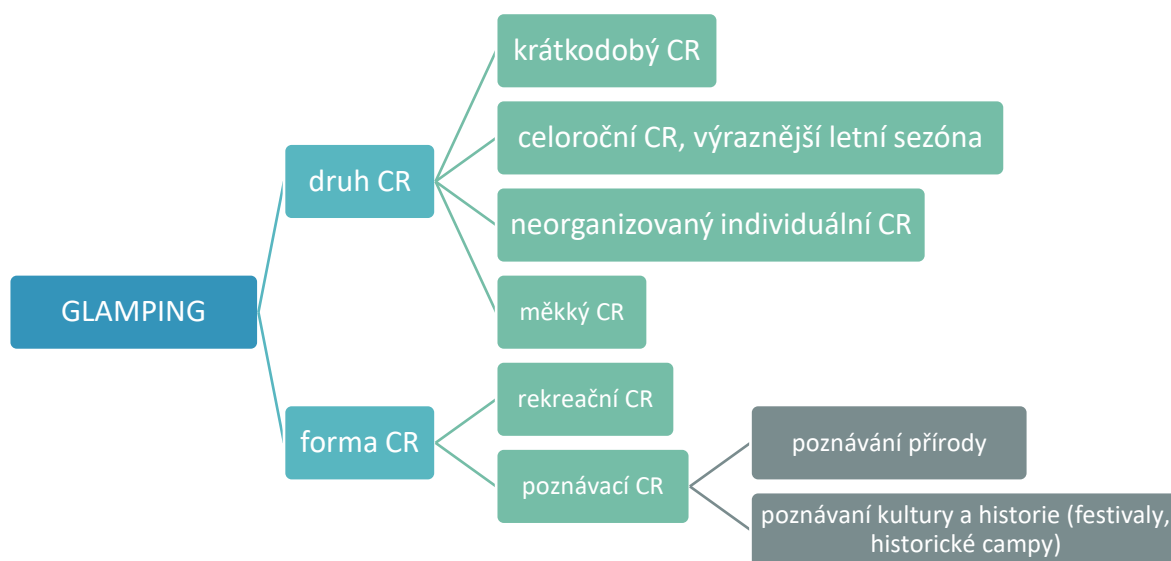
Zdroj: Vlastní zpracování: (dle Petruša, Vlahov 2019)

2.2 Vymezení glampingu v rámci cestovního ruchu

Cestovní ruch (CR) lze definovat jako činnosti při cestování a pobytu osob mimo jejich obvyklé prostředí v období do jednoho roku za účelem využití volného času, rekreace, obchodu a jiných činností (UNWTO 2020). Pásková a Zelenka (2002) definují cestovní ruch jako *komplexní společenský jev, který zahrnuje aktivity účastníků, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami včetně souhrn aktivit osob, které tyto služby zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů*. Glamping je tak nedílnou součástí cestovního ruchu, který se v současné době neustále rozvíjí.

Cestovní ruch se dělí podle charakteristik na druhy a formy. Glamping můžeme zařadit podle délky trvání vesměs mezi krátkodobý cestovní ruch (MacLeod 2017). Glamping se dá podle odlišných lokalit a zařízení objektů začlenit mezi sezónní i celoroční druh cestovního ruchu, převažuje však glamping sezónní s výraznější letní sezónou. (Inspired camping 2020). Účastníci glampingu (návštěvníci) jakožto formy CR, jsou dle délky pobytu v destinaci vymezeni jako turisté, tzv. dočasní návštěvníci, kteří v navštíveném místě přenocují (Zelenka, Pásková 2012). V rámci organizace dovolené je glamping většinou neorganizovaný individuální cestovní ruch. Glamping je výrazně alternativní a udržitelný v případě využívání zdrojů a snaží se mít co nejmenší dopad na životní prostředí, považuje se tedy za silně měkký cestovní ruch (Petruša, Vlahov 2019). Měkký CR je šetrný k životnímu prostředí a snaží se dosáhnout vyrovnaného stavu mezi dopady a přínosy na environmentální, sociální a kulturní prostředí.

Obrázek 3: Glamping v rámci CR



Zdroj: Vlastní zpracování

Glamping lze zařadit především do dvou forem cestovního ruchu, a to formy rekreační a poznávací. Primárním účelem glampingu je potěšení, kdy hlavní aktivitou je rekreace (Hall, Page 2006). Zelenka a Pásková (2012, s. 485) chápe rekreaci jako „*souhrn odpočinkových činností, provozovaných ve volném čase (o dovolené), zpravidla však nedaleko bydliště v rámci druhého bydlení, dětských táborů apod.*“. Rekreační cestovní ruch je realizovaný v přírodním prostředí s cílem odpočinku, rekreace a zlepšení psychické a fyzické kondice. Zahrnuje také krátkodobou příměstskou rekreaci v objektech druhého bydlení a zahradách (Portál pro ČR 2020). Podle Vystoupila, Šauera a Holešinské (2015, s. 45) je rekreační CR „*uskutečňován ve volném čase, klade důraz na odpočinek a zároveň je realizován mimo obvyklé prostředí zúčastněných osob.*“

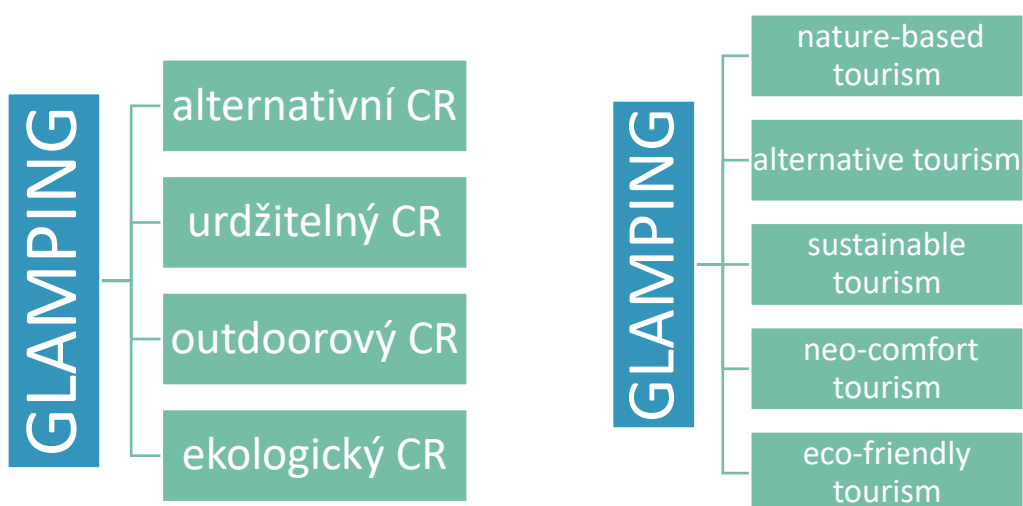
Právě relaxace a únik od každodenního stresu v přírodním venkovním prostředí jsou hlavními motivy popularity glampingu, který zákazníkům nabízí odpočinkový a poklidný pobyt v autentickém prostředí (Vrtodušíc, Cvělič, Licul 2018).

Glamping se mimo jiné řadí i mezi terapii divočinou „*wilderness therapy*“ nebo ekoterapii, jež využívají terapeutického potenciálu pobytu v přírodě a jsou prospěšné pro fyzické a duševní zdraví. Může přinést relaxační a zdravotní benefity bez jakéhokoliv stresu, ke kterému by mohlo během campování u některých jedinců dojít (Inspired camping 2020). Část glampingových areálů nabízí wellness zázemí, jako je například sauna nebo vířivka, které zvyšuje rekreační potenciál objektu.

Poznávací cestovní ruch je cestovní ruch specificky orientovaný na poznávání přírody a kultury v místě rekreace. Glamping se považuje za pětihvězdičkový zážitek pod širým nebem, který se zaměřuje na životní prostředí a snaží se ho udržet v co nejvyšší a původní kvalitě. Jednou z největších priorit glampingu je právě respekt k přírodě a napojení se na ni (Inspired camping 2020). Zaměřuje se tedy spíše na formu poznávání přírody, která je definována jako poznávání fauny a flóry v podobě návštěv chráněných území, vedoucí k odpovědnému a udržitelnému chování návštěvníků, jež přírodní prostředí nejméně ohrožuje. Jedním z podnětů pro výběr této formy cestovního ruchu je návrat k přírodě v podobě zeleného neboli měkkého či šetrného cestovního ruchu. Specifickým typem této formy je ekoturismus (IS Mendelu 2020). Glamping lze zařadit i do formy CR poznávající kulturu, jelikož glampingové objekty se vyskytují i v rámci ubytování na hudebních festivalech. Dále také můžeme najít tematické historické glampingové kempy, inspirované středověkem, a to především ve Velké Británii a Skotsku, ale i v Česku.

Glamping můžeme zařadit mezi alternativní cestovní ruch zahrnující především formu ubytování a rekreaci v přírodním prostředí. Zahraniční literatura vymezuje glamping jako „*nature-based tourism*“ a „*sustainable tourism*“, „*eco-friendly tourism*“ a „*neo-comfort tourism*“ viz. Obrázek 4. Všechny tyto typy spadají pod kategorii alternativního CR, který Molz (2013, s. 214) definuje jako „*cestovní ruch, který poskytuje alternativu ke vnímaným negativním jevům spojeným s komerčním masovým cestovním ruchem. Namísto masového cestovního ruchu se ten alternativní snaží podporovat morální ekonomii založenou na udržitelném obchodu, spravedlivých pracovních praktikách a sociální a environmentální citlivosti*“. Alternativní CR je oproti masovému CR, který se soustřeďuje do turisticky atraktivních oblastí více rozptýlen v oblasti.

Obrázek 4: Glamping v rámci typů CR



Zdroj: Vlastní zpracování

Udržitelný cestovní ruch

Glamping je založen na zážitku v přírodním prostředí, lze ho tedy charakterizovat jako součást ekoturismu či „*nature-based tourismu*“ (Groe 2018). Ekoturismus je odpovědné cestování do přírodních a kulturních oblastí, které chrání životní prostředí a udržuje blahobyt místních lidí (Ecotourism 2020). Ekoturismus zahrnuje aktivity založené na pasivním požívání scenérie, geologie, flóry a fauny, venkovní rekreace a dobrodružství a konzumním využití jako je například lov a rybolov (Buckley, Coghlan 2013). Ekoturistiku lze tedy chápat jako podskupinu přírodního cestovního ruchu, která je v souladu s přírodními, sociálními a komunitními hodnotami a která umožňuje hostitelům i hostům využívat pozitivní interakce mezi nimi samotnými a přírodou (Eadington, Smith 1992). Podobný význam jako ekoturismus má „*nature-based tourism*“, který lze označit jako cestování za účelem užívání přírodních oblastí, s tím rozdílem, že ekoturismus je více restriktivní (Ecotourism 2020).

Tyto dva typy turismu spadají do kategorie udržitelného cestovního ruchu, který Světová organizace cestovního ruchu definuje jako „cestovní ruch, který plně zohledňuje své současné i budoucí ekonomické, sociální a environmentální dopady a řeší potřeby návštěvníků, průmyslu CR, životního prostředí a hostitelských komunit“ (UNWTO 2020). Přístup udržitelného CR se snaží o oboustranně pozitivní interakce mezi cestovním ruchem, návštěvníky, přírodním prostředím a místním obyvatelstvem. Udržitelný CR se vyznačuje vysokým respektem k přírodnímu prostředí, malým měřítkem a vysokou specifičností nabízeného produktu. Mezi znaky udržitelného CR dále patří šetrné využívání zdrojů, uchování biodiverzity, poskytování vzdělání a zapojení místních občanů a komunity do CR (Groe 2018). Právě glampingové objekty jsou vlastněné především místními občany, kteří mají k dané lokalitě vztah a tento vztah predikuje pozitivní vliv areálu na lokalitu a její občany (The World of Glamping 2020).

Glamping je environmentálně zodpovědná forma cestovního ruchu, která se odehrává ve zranitelných, byť zachovalých ekosystémech, a vyznačuje se nízkými negativními dopady na krajinu. Je to právě glampingové ubytování, které využívá ve většině případů okolních prvků a vytváří prostor pro ekologické cestování a udržitelný rozvoj (Petruša, Vlahov 2019).

Příroda, čistá voda a čistý vzduch se stávají stále vzácnějšími a žádanějšími „komoditami“ a kvůli tomu se zvyšuje i snaha o udržitelnost lidského chování a cestovního ruchu. S touto snahou roste i poptávka po destinacích CR, které nabízejí udržitelné produkty s minimálním dopadem na životní prostředí. Udržitelnou destinaci lze charakterizovat jako koncepci využití krajiny, která nepůsobí destruktivně na krajinné ekosystémy a hledá optimální vztah mezi produktivitou a únosnou kapacitou těchto ekosystémů, mezi ochranou a rozvojem (UNWTO 2020). Nedotčená příroda a její ochrana přímo souvisí s konceptem glampingu, a proto jsou areály obvykle ekologicky šetrné všemi možnými způsoby:

použitými materiály, vlastním pěstování potravin, separací odpadu atd. (Boscoboinik, Bourquard 2012).

Glampingové destinace a areály jsou navrženy tak, aby minimalizovaly dopad na životní prostředí a jejich struktury zapadly do místní krajiny. The World of Glamping (2020) uvádí 7 prvků udržitelného řízení glampingové destinace, které jsou uvedeny v obrázku 5. Mezi tyto prvky patří především péče o místní prostředí, přírodu a místní komunitu. Dalším prvkem je zapojení návštěvníků do ekologických aktivit například skrze využívání ekologických čisticích prostředků na nádobí, hygienu či snížení množství vody. Důležitým bodem je také stavba chytrých objektů, který využijí maximální potenciál v přírodě (např. sluneční svit) a zároveň nenásilně zapadnou na dané místo. Dalším prvkem je maximální využití místní nabídky sezónních potravin a s tím související podpora místní komunity – zemědělců či rybářů (The World of Glamping 2020).

Obrázek 5: Prvky udržitelného řízení glampingové destinace

Péče o zemi „take care of the land“

- Minimalizace fyzické stopy (footprint) a dopadu činností na zemi a vodní plochy.

Péče o zvěř a rostlinstvo „take care of the wildlife“

- Snaha o ochranu divoké zvěře a rostlinstva a jejich stanovišť.

Spolupráce s místní komunitou „take care of the people“

- Spolupráce s místními komunitami prostřednictvím vytváření příležitostí k posílení jejich postavení, vzděláváním a zaměstnáváním.

Péče o zdroje „take care of the resources“

- Zavádění obnovitelných vodních a energetických systémů.
- Vypracování politiky udržitelnosti zahrnující všechny relevantní aspekty ochrany životního prostředí s jasnými cíli a opatřeními a snaha o jejich implementaci.
- Snaha minimalizovat uhlíkovou stopu, zavádět systémy pro snižování spotřeby vody, minimalizovat odpad a zavádět recyklační systémy.
- Povzbuzovat své hosty a zaměstnance, aby používali ekologické čisticí prostředky, šetřili s vodou a další.

Zapojení návštěvníků „engage guests“

- Zapojování hostů do aktivit specifických pro dané místo, které souvisejí s místní kulturou.
- Odměňování hostů za ekologické chování během pobytu.
- Poskytování vzdělávacích programů pro hosty nebo aktivity podporující ochranu přírody, do nichž lze zapojit.
- Poskytnutí papírového průvodce s informacemi o tom, jak mohou sami hosté při svém pobytu přispět k udržitelnosti.

Stavby s citem pro místo „build with a sense of space“

- Navržení udržitelných objektů, které nenásilně zapadnou na dané místo.
- Používání obnovitelných, místních a udržitelných materiálů, které nepoškozují místní prostředí.
- Respekt k danému místu a původnímu reliéfu krajiny vytvořeného vnějšími činiteli.
- Vytvoření chytrého objektu, využívání sluneční energie prostřednictvím vhodné orientace budovy, minimální zásahy do krajiny, minimalizace spotřeby energie a odpadu, recyklace a upcycling.

Návrat ke skutečnému jídlu „the root back to real food“

- Nabídka organických, místních potravin. Pěstování vlastních organických surovin, jako je ovoce, zelenina a byliny.
- Navázání pevných vztahů s místními zemědělci a rybáři a podpora biologické rozmanitosti.
- Přispívání k obnově přírodních zdrojů snižováním plýtvání potravinami a používáním sezónních produktů z místních zdrojů.

Zdroj: The World of Glamping 2020, vlastní zpracování

Právě důraz na kvalitní životní prostředí, snaha o udržitelný rozvoj, transformace turistické poptávky a nové vnímání významu přírodních, autentických a venkovských míst pozitivně a silně ovlivňuje neustálý růst a rozvoj nabídky glampingu (Petruša, Vlahov 2019).

Camping

Glamping, jakožto trend neo-komfortu, vrací campování do středu zájmu turismu ve formě luxusního campování a má silnou vzrůstající roli na trhu, kde propaguje inovativní campingový cestovní ruch (Cvelič Bonifačić, Milohnić, Cerović (2017). V souladu se současnými trendy v poptávce v cestovním ruchu se glamping stává životním stylem moderního campingového zákazníka.

Campování je často stereotypizované jako nekomfortní ubytování, ale jedná se především o životní styl, který Petruša a Vlahov (2019) charakterizují čistým požitkem z přírody, jednoduchostí a vytříbenou citlivostí k životnímu prostředí. Tradiční campování vždy uspokojovalo potřebu turistů trávit čas v přírodě, ale tento typ ubytování byl pro velké množství lidí nepřijatelný. Mnoho lidí má totiž campování spojeno s nepříjemnými zážitky, jako jsou nežádoucí vlhko, déšť a jiné nepříjemné povětrnostní podmínky, propustné stany, pochybná kvalita jídla, různé druhy hmyzu atd. To u nich vytvořilo negativní zkušenost, takže na campování mají často špatné vzpomínky (Petruša, Vlahov 2019). Obdobně se v této souvislosti vyjadřují i autoři zahraniční literatury Brooker a Joppe (2013, s. 4): *„Negativní aspekty campování jako jsou dřevěné stany, vlhké a smradlavé spací pytle a improvizované rychlé jídlo, jsou v glampingu nahrazeny již předem postavenými, hotovými ubytováními se vším pohodlím a luxusem domova.“*

Transformace campování začala v 90. letech 20. století, kdy vývoj karavanů, obytných automobilů a mobilních domů podnítil transformaci jednoduchých campů se skromným vybavením na vysoce kvalitní rekreační parky a letoviska (Vrtodušić, Cvělič, Licul, 2018). Tato změna přitáhla nové zákazníky, kteří dříve nebyli táborníky, nebyli zatíženi negativními vzpomínkami a objevili tyto prázdninové parky jako nová, atraktivní místa pro dovolenou, kde by mohli trávit čas venku a užívat si luxusního ubytování (Anh, Lee 2015).

Při rozvoji campingové turistiky v campu hraje inovace klíčovou roli při zvyšování konkurenceschopnosti a potírání konkurence. Mezi hlavní charakteristiky zvyšování konkurenceschopnosti patří zvýšená kvalita služeb, ekologická orientace, rozšíření vybavení campu a důraz na vytvoření jedinečného zážitku (Petruša, Vlahov 2019).

Trend glampingu omlazuje a redesignuje campingový produkt a spojuje hotelnictví a campingový turismus (Vrtodušić, Cvělič, Licul, 2018). Sami podnikatelé v cestovním ruchu a campingových areálech vidí glamping jako možnost extrémní transformace stávajících táborů a jako strategii, která jim umožní se dále rozvíjet a udržet si konkurenceschopnost (Petruša, Vlahov 2019).

Tato inovativní forma ubytování vede k novému strategickému posunu směrem ke zvýšení kvality a konkurenceschopnosti campů (Vrtodušíc, Cvělič, Licul, 2018). Ahn a Lee (2015, s. 15) uvádějí, že *„glamping se liší od tradičního campování a vyvolává smíšené názory. Je obdivován jako dokonalá kombinace přírody a luxusu, ale také je kritizován za snižování autentické hodnoty tradičního campování.“* Výsledky výzkumu zaměřeného na autenticitu zážitků během glampingu a campování ukazují, že mají společný zásadní prvek, a to je útěk od reality do přírody. Táborníci s přírodou interagují a útěk zažívají prostřednictvím dobrodružství, zatímco účastníci glampingu přírodu pozorují a útěk od reality zažívají prostřednictvím luxusu a “pohádky” (Anh, Lee 2015).

Výše zmíněná citlivost vůči ekologickým problémům a udržitelnému rozvoji je velkým tématem cestovního ruchu, které nelze přehlédnout. Campování jako koncept ubytování v karavanech, stanech, bungalovech a mobilních domech má však spíše *„formu pohostinství, která nemá nic společného s kontaktem s přírodou a jejím zachováním. Jedná se spíše o parkovací místa a levná rekreační lůžka“* (Groe 2018, s. 124). Glamping se tedy od campingu odlišuje nejen vyšším komfortem, ale i vyšší udržitelností a kvalitou přírodního prostředí.

Trendy v cestovním ruchu

Trendy v CR ovlivňují mimo jiné sociální vlivy a celková změna hodnot, potřeb a očekávání společnosti. V posledních desetiletích si lze ve společnosti všimnout změn hodnot a preferencí, které utvářejí aktuální prostředí poptávky po CR. *„Hnacími motory všech těchto nových trendů jsou demografické změny ve společnosti, rostoucí informovanost a růst bohatství, kterým společnost disponuje“* (MMR 2014).

Významným trendem je individuální přístup, jehož výsledkem je silná diferenciací nabídky CR. Návštěvníci hledají zážitek, který není produktem masového CR, ale je opřený o inovované životní priority. *„Hledají autentické a ojedinělé prožitky a svoji identitu, snaží se o návrat ke kořenům. Výsledkem je pak velká touha co nejvíce toho v životě prožít, objevit, zúčastnit se něčeho zajímavého, naučit se nové věci a také co nejvíce toho procestovat.“* (MMR 2014).

Jedním z aktuálních trendů CR je vzestup *„staycations“* neboli trend zkracujících se dovolených strávených v domovské zemi. *„Staycation“* je období krátké dovolené v rozsahu 1-3 dnů, kdy se jednotlivec nebo rodina účastní volnočasových aktivit a krátkodobých pobytů v blízké dojezdové vzdálenosti od domova. Tím minimalizují čas strávený na cestě a na letištích a tím pádem minimalizují i výsledný stres. Většinou jsou *„staycations“* tráveny na venkovních a odlehlých místech a uplatňují se zde principy sociálního distancování od ostatních (Riley 2020). Přestože se snižuje doba strávená na

jedné kratší dovolené, zvyšuje se tím počet dovolených, které si lidé mohou dovolit během roku. Můžeme to tedy chápat jako nárůst kratších a čtenějších dovolených. Kvůli fenoménu nedostatku času lidé cestují mimo sezónu a na kratší vzdálenosti, zato několikrát ročně. Trend „*staycations*“ začal v období ekonomické krize v roce 2008/09, kdy se lidé snažili snížit náklady na cestu a hledali si dovolenou v blízkosti domova. Lidé si díky tomu uvědomili, že odpočinkovou dovolenou mohou zažít bez dalekých cest. S tímto vzrůstajícím trendem se postupně zlepšuje a zvyšuje výběr lokálních ubytování (Petruša, Vlahov 2019).

Se změnami v CR souvisí i dále popisovaný trend, kterým je změna typologie cestovního ruchu, kdy se koncept 4S (slunce „*sun*“, písek „*sand*“, moře „*sea*“, „*sex*“), který je popisován jako masový CR, postupně mění na alternativní koncept 4L (krajina „*landscape*“, volný čas „*leisure*“, učení „*learning*“ a omezení „*limit*“). Koncept změn v cestovním ruchu 4L odráží požadavky současného cestovního ruchu, ve kterém turisté obrazejí svou pozornost ke krajině a učení. Koncept 4L je „*nový segment trhu, který vykazuje zvýšenou citlivost na ochranu životního prostředí, zachování místní kultury a na celkovou autentičnost zážitku z dovolené. Tento segment lze definovat několika pojmy například jako ekoturismus, cestovní ruch v přírodě nebo odpovědný cestovní ruch*“ (Franch a kol. 2008).

Dalším trendem je návrat k přírodě a venkovu a útěk z přeplněných měst. Lidé se začínají zajímat o svou fyzickou kondici a zdraví, a snaží se o fyzický i psychický odpočinek. „*Uvědomují si sílu přírody, vzhlíží k ní a snaží si ji co nejvíce užít*“ (MMR 2014). Všechny tyto zmíněné trendy v CR podporují vznik a rostoucí popularitu glampingu.

2.3 Vývoj a typologie glampingu

Vznik a vývoj

Pojem glamping, spojení anglických slov „*glamorous*“ a „*camping*“ se objevil ve Velké Británii v roce 2005 a do nejznámějšího anglického slovníku Oxford English Dictionary byl přidán v roce 2016 (Glampinghub 2020). Vznik pojmu glamping na začátku 21. století dokládá i skutečnost, že klíčové slovo glamping bylo poprvé vyhledáváno na Googlu počátkem roku 2007 a to ve Velké Británii a Irsku (Google Trends 2020). Ačkoliv je pojem glamping relativně nový, koncept vysoce pohodlného campování má poměrně dlouhé kořeny. Právě těmito kořeny se moderní glamping inspiroval a již od počátku se glampingová turistika odehrávala v dobře vybavených stanech, jurtách, týpí či domech na vodě, které se inspiroují historicky typickými kmenovými obydlími (MacLeod 2017). Právě vzniku a vývoji glampingu je třeba porozumět pro další pochopení možností jeho vývoje.

Koncepční a historický výchozí bod vzniku glampingu je v luxusních přenosných obydlích, která byla využívána při kmenovém či vojenském putování mnoha starověkých národů a kmenů. Extravagantní přenosná obydlí jsou součástí kultury Osmanské říše, způsobem života mongolských kmenů a cestovatelským stylem bohatých členů anglické společnosti na africké safari na přelomu 19. a 20. století (Vrtodusic, Cvelic, Licul 2018).

Koncept přenosného bydlení ve stanech lze najít v celém středověku a za úplný počátek můžeme považovat tradiční obydlí Asijských kočovných kmenů. Tradiční kočovné kmeny v Mongolsku, v celé centrální Asii a na Středním východě a Sibiři žily v jurtách, poskytujících jim ochranu před silným větrem. Jurty byly stavěné z ovčí vlny a poskytovaly teplo a pohodlí i v extrémních podmínkách (Igoe 2016). Přenosnost jurt umožňovala jejich obyvatelům pohybovat se podle potřeby se svými stády z místa na místo. V jurtách dodnes žijí některé mongolské kmeny.

Glamping jako luxusní obydlí se však v historii objevuje především od dob Osmanské říše (Sakáčová 2013). Turečtí Osmané tradičně stavěli honosná stanová města jako mobilní palác pro putujícího sultána. Tyto luxusní stany byly pro jeho veškeré pohodlí na cestě zařízeny koberci, nábytkem a zdobené drahými látkami, hedvábím a jinými drahými materiály, přičemž právě půvab osmanských stanů byl inspirací pro dnešní glampingové stany (MacLeod 2017).

Podobná forma luxusního obydlí je zmiňována v 16. století v Evropě, přesněji ve Skotsku v oblasti dnešního Highland Perthshire, kam král James V. cestoval se svou matkou a papežským představitelem do oblasti. Při této příležitosti nechal vévoda z Atholl vyrobit pro návštěvníky luxusní lovecký stan, kde zůstali během návštěvy a užívali si veškerého pohodlí, které měli ve svém paláci (Lindsay 2003).

Další fáze glampingu nastala na začátku 20. století, kdy bohatí cestovatelé odmítli obětovat svůj luxusní životní styl na safari (Sakáčová 2013). Právě pro bohaté evropské a americké cestovatele, a především pro Brity byly budovány luxusní stany. Tito cestovatelé toužili po dobrodružství a divoké přírodě afrického safari, ale zároveň se nechtěli vzdát pohodlí a dobrého jídla, které nabízely hotely, a na které byli cestovatelé zvyklí. Jejich požadavky proto dokonale splňovaly luxusní plátěné stany s veškerým vybavením, nábytkem, koberci, generátorem na elektrickou energii, služebnými a kuchaři (MacLeod 2017). Tato forma již měla všechny nejdůležitější vlastnosti glampingu. Cestovatelé si zároveň užívali divokou přírodu, luxus ubytování a dalších doprovodných zařízení (Petruša, Vlahov 2019).

Myšlenka glampingu tedy není úplně nová. Termín glamping je nicméně starý jen několik let a lidé právě začínají znovuobjevovat tento velmi starý koncept v nové podobě.

Trend moderního glampingu se poprvé objevil na počátku 21. století na hudebních festivalech ve Velké Británii a Irsku, kde se začal šířit díky zvyšujícímu se počtu festivalů a vyšším počtům starších účastníků. Právě rostoucí počet účastníků, kterým bylo více než 30 let, měli vyšší disponibilní příjem a zároveň i větší touhu po pohodlí, ovlivnil to, že se stany ve festivalových táborech staly prostornějšími, pohodlnějšími a luxusnějšími (MacLeod 2017). *„Festivals, které byli kdysi doménou spíše mladších účastníků, mají nyní publikum s průměrným věkem 30 let a výše. Právě s tímto věkem přichází touha po větším pohodlí související s rostoucími příjmy”* (MacLeod 2017, s. 2).

První festivalový glampingový camp, Camp Kerala, byl založen na hudebním festivalu v Glastonbury již v roce 2005 a pobývali v něm především slavné osobnosti. Právě sláva a exkluzivita tohoto kempu zapříčinila následný rozvoj glampingu (MacLeod 2017).

Celosvětový rozvoj glampingu ovlivnila nejvíce pozitivně finanční krize v roce 2008, následná Velká recese a změny v ČR. Během ekonomické recese nastal ve Velké Británii trend trávení prázdnin v campech, protože lidé chtěli snížit své náklady. Po recesi zájem o campování zůstal, avšak zákazníci začali požadovat vyšší nároky, chtěli luxus a outdoorové zážitky. Právě v tomto období nastává počátek největšího rozvoje glampingu v Británii (Inspired camping 2020).

Turistům v důsledku mezinárodní finanční krize připadalo cestování do zahraničí finančně a časově nákladné, ale přesto měli zájem o zajímavou dovolenou. Glamping začal být populárnější, protože umožnil nevšední, luxusní a pohodlnou dovolenou v tuzemsku bez nutnosti cestování do zahraničí (Glamping Association 2018). Během mezinárodní finanční krize se glamping začal pomalu rozmáhat a do roku 2013 došlo ve Velké Británii a Irsku k velkému nárůstu popularity. Trend se následně v roce 2014 začal prosazovat i ve Spojených státech, Evropě a dále v Asii a Austrálii (GlampingHub 2020).

Glamping se vyvinul jako luxusnější možnost campování v místech, kde se konaly outdoorové akce, festivaly pod širým nebem a velké koncerty, ale dnes tvoří především neobvyklou alternativní součást turistické nabídky. Od roku 2005 se počet glampingových objektů v oblasti campování významně zvýšil, a to jak díky novým podnikům, tak i stávajícím campingovým provozovatelům, kteří do svých běžných campingových nabídek přidali glampingové objekty a zařízení (MacLeod 2017). Největší portál s celosvětovou glampingovou nabídkou, GlampingHub, se od roku 2016, kdy jeho nabídka čítala 5 000 ubytování rozrostl až na 34 000 ubytování v roce 2019 (GlampingHub 2020).

Rozvoj dále podpořili podnikatelé v cestovním ruchu, kteří nebyli nutně v nejatraktivnějších turistických lokalitách a chtěli proto najít mezeru na trhu, která by zaujala nové, movitější klienty hledající luxusní zajímavá ubytování. Takovým příkladem jsou podnikatelé v oblasti cestovního ruchu nacházející se ve vnitrozemí zemí, nikoli na samotném pobřeží, kteří měli zájem učinit z ubytovacího zařízení turistickou atrakci (Petruša, Vlahov 2019).

Dalšími důvody, proč od roku 2008 raketově rostou možnosti glampingu, jsou také potřeba a popularita rekreace ve volné přírodě, spolu s rostoucí citlivostí k udržitelnému rozvoji a zájmem o přírodu (Vrtodušíc, Cvélič, Licul 2018).

V České republice se glamping začíná vyvíjet pomalu spolu s ostatními evropskými zeměmi a v roce 2013 se zde dle Tětekové (2013) vyskytuje jediný glampingový resort, a to Safari kemp ve Dvoře Králové. Glamping se začíná vyvíjet a o čtyři roky později, v roce 2017, se v Česku vyskytuje již celkem 9 glampingových objektů, které lze identifikovat jako glampingové (Jandusová, 2017). Jandusová (2017, s. 50) do tohoto počtu zahrnuje 5 zařízení, které označuje agentura CzechTourism jako glampingové a dále sama vymezuje další „4 zařízení nalezená samotnou autorkou, u kterých se domnívá, že mají potenciál zařadit se na seznam glampingová míst v České republice.“ Pouze jediné z těchto ubytování se však samo prezentovalo jako glampingové a to byl resort Dobčické rybníčky (Jandusová 2017). Podle mého osobního hodnocení po průzkumu typologie glampingu a nabídky glampingu v Česku nepatří 4 ze zařízení uvedených Jandusovou (2017) do kategorie glampingu, ale spadá pouze do kategorie netradičního ubytování. Zároveň v roce 2017 existovalo již jiných několik glampingových objektů (Včelíny Želiv, Maringotka Tichá), o kterých se Jandusová (2017) nezmiňuje.

Typy glampingových objektů

Jak již bylo uvedeno výše, ubytování a typ ubytovacího objektu má v glampingu jednu ze základních rolí. Termín glamping zahrnuje všechny typy polotrvalých „*semipermanentních*“ campingových objektů a struktur, poskytujících ubytování v přírodě. Ubytování by mělo být komfortní, autentické a

lokalizováno na unikátním místě. Od samého počátku se glampingová turistika odehrávala v dobře vybavených stanech, jurtách nebo v týpí. Termín „glamping“ byl později rozšířen a dnes zahrnuje i obytné vozy, přívěsy, maringotky, domy na stromech i na vodě, sruby a stany s podsadou (MacLeod 2013).

Jednotlivé typy glampingových objektů jsou odlišné v rámci lokality, protože glamping si zakládá na autentičnosti objektů a provozovatel se svůj objekt často snaží upravit dle svých vlastních představ. Na rozdíl od glampingových objektů, které se v rámci jednoho velkého resortu vzájemně příliš neliší, si menší resorty často zakládají na různorodých a autentických objektech.

Ačkoliv se jednotlivé typy objektů a struktur od sebe často liší, je jejich hlavním společným prvkem to, jak jsou kreativně a harmonicky integrovány do přírody. Petruša a Vlahov (2019, s. 838) definují glampingové ubytování jako „*ekologické a udržitelné, postavené podle architektonických modelů, které mají nulový dopad na životní prostředí*“.

Nejtypičtějším ubytováním pro glamping jsou stany, kterých existuje více variant, velikostí a stylů. Do této kategorie lze zařadit například safari stany („*Safari tents*“), stany ve tvaru zvonu („*Bell tents*“) nebo stany s podsadou („*Tented cabins*“). Glampingové stany se inspirovaly především africkými stany na safari ze začátku 20. století (Petruša, Vlahov 2019). Právě glamping ve stanech je velmi náchylný na sezónní změny počasí, a proto jsou spíše letními sezónními objekty.

Dalším tradičním typem glampingového ubytování jsou jurty. Jurty používané dnes se inspirovaly jurtami, které byly používány v dobách Čingischána jako pohodlná obydlí během vojenských tažení v Asii a Evropě a dodnes v jurtách žijí některé mongolské kmeny (Vrtodušíc, Cvělič, Licul 2018). Teepee jsou dalším typem typického glampingového ubytování, inspirovaného obydlím indiánských kmenů Velkých plání v Severní Americe. Mimo teepee se pro glamping využívají i iglú, přístřešek ze sněhových bloků, tradiční obydlí domorodých obyvatel Severní Ameriky. Iglú se vyskytují převážně v horských destinacích s dostatkem sněhu a nízkých teplot potřebných pro jejich stavbu (GlampingHub 2020).

Právě pod pojmem iglú lze v Česku najít glampingové ubytování v kopulích („*Geodesic Domes*“). Kopule jsou klenuté, ekologické struktury ve tvaru iglú bez jakéhokoli dopadu na životní prostředí. Jsou velmi univerzální, což umožňuje jejich instalaci na nedostupných a unikátních místech, například na vrcholcích hor či útesech (GlampingHub 2020). Kopule jsou izolované proti chladu a teplu, což zaručuje jejich celoroční možnost využití i v extrémních podmínkách (Pacificdomes 2020).

Moderně renovované a luxusně zařízené historické karavany jsou dalším typem glampingového ubytování. Patří mezi ně maringotky („*Gipsy caravans*“), hliníkové karavany („*Airstreamers*“), povozy,

vagóny a jiná moderně předělaná historická pojízdná vozidla a přívěsy. Karavany jsou oblíbené hlavně z nostalgických důvodů a jejich výhodou je snadná mobilita, přestože jsou většinou umístěny na stálém místě v přírodě.

Modernějším typem glampingového ubytování jsou malé mobilní domy a objekty, mezi které se řadí luxusně přestavěné a zařízené kontejnery a moderní dřevěné stavby na přívěsech. Ty jsou díky své moderní architektuře a designu obrovským trendem v glampingovém ubytování (GlampigHub 2020). Patří sem i ekologicky vytvořené objekty z místních, ekologických a recyklovatelných zdrojů „*Glamping pods*“, „*Eco-pods*“ nebo „*Eco-cubes*“. Ekologická stopa těchto objektů je vzhledem k jejich kompaktním rozměrům a energeticky účinným systémům ve srovnání s jinými prázdninovými pronájemmi extrémně malá (Glamping 2020).

Velmi populárním typem glampingového ubytování jsou jedinečné dřevěné stavby situované na vodní hladině („*Floating homes*“) a ve stromech („*Treehouse*“). Domy na stromech a na vodě nabízejí nevšední zážitek na nezvyklém místě, skvělý výhled pro pozorování přírody a relaxaci. Mezi domy na stromech lze zařadit i glampingové lesní posedy. Domky na stromech jsou inspirovány bydlením domorodých kmenů v jihovýchodní Asii a byly populární již během středověku v Itálii či Anglii, kde zdobily mnoho zahrad a sloužily jako místo k meditaci pro mnichy (GlampigHub 2020). Mezi domy na vodní hladině lze zařadit dřevěné plovoucí domky, ukotvené hausbóty či dřevěné chaty na chůdách. Glampingové ubytování v bezprostřední blízkosti vody nabízí možnost rybolovu, koupání a jiných aktivit u vody.

Obrázek 6: Typy glampingových objektů

Stany	<ul style="list-style-type: none"> • safari stany „Safari tents“ • stany ve tvaru zvonu „Bell tents“ • stany s podsadou „Tented cabins“
Jurty a Teepee	<ul style="list-style-type: none"> • Jurty jsou inspirované tradičním bydlením mongolských kmenů. • „Teepee“ jsou inspirované tradičním bydlením Severoamerických indiánů.
Kopule	<ul style="list-style-type: none"> • Klenuté, ekologické struktury, izolované proti chladu a teplu. • „Geodesic Domes“, „Igloo“
Karavany	<ul style="list-style-type: none"> • Moderně renovované a luxusně zařízené historické karavany. • cikánské karavany „Gipsy caravans“ a hliníkové karavany „Airstreamers“ • maringotky, vlakové vozy, vagóny, historická pojezdna vozidla a přívěsy
Malé mobilní domy a objekty	<ul style="list-style-type: none"> • Přestavěné kontejnery, dřevěné stavby na přívěsech • „Glamping pods“, „Eco-pods“, „Eco-cubes“
Jedinečné dřevěné stavby	<ul style="list-style-type: none"> • Domy na stromech „Treehouses“ a posedy • Domy na vodní hladině, domy na chůdách
Větší stavby	<ul style="list-style-type: none"> • Moderně vybavené boudy, sruby, chaty a chatky umístěné v divoké přírodě.

Zdroj: Vlastní zpracování

Přestože je glamping popisován jako polotrvalé „*semipermanentní*“ ubytování (menší ubytovací objekty), v poslední době začínají největší glampingové portály (GlampingHub.com, glamping.com) zařazovat do své glamping nabídky i trvalá „*permanentní*“ ubytování, jako jsou pohodlně a moderně vybavené boudy, sruby, chaty a chatky umístěné v divoké přírodě.

Pro každý z těchto typů glampingového ubytování je společná vysoká úroveň pohodlí. Mezi běžné zařízení glampingu patří kuchyně, postele, koberce, dřevěné podlahy, pěkné ložní prádlo a dekorace, nádobí, vlastní koupelna, elektřina, osvětlení, teplo, uzamykatelné dveře, a především skvělý výhled (Glamping 2020). Glampingové objekty mohou být doplněné wellness zařízením, například saunou, koupacími sudy či vířivkou. Wellness zařízení ve většině případů zakomponováno do přírody a v sauně či horkém sudu se topí připraveným dřívím.

Glampingové areály často nabízejí možnost stravování, donášku surovin či piknikových košů s jídlem nebo degustaci jídla a vín z místních surovin a produkce od lokálních farmářů.

Typologie glampingu

Kromě typů glampingových objektů lze glamping dále vymezovat podle velikosti areálu a jeho specializace. Podle těchto kategorií určil Richard Otten (2019) v Evropě 4 segmenty glampingu -

přírodní glamping „*glamping nature*“, glampingový camping „*glamping camping*“, glampingovou vesničku „*glamping village*“ a glampingový zážitek „*glamping experience*“ viz tabulka 1. Do segmentu *glamping nature* patří menší glampingové areály, nabízející osobní přístup a klidné ubytování v přírodě. Starší campingové a rekreační areály z části předělané na glamping patří do segmentu *glamping camping*. Tyto areály vytvořily nové glampingové ubytování na původních campingových objektech ze 70. – 80. let, které byly na konci svého životního cyklu a areál tím modernizovaly. *Glamping village* jsou velké glampingové areály s velmi luxusní nabídkou ubytování a služeb. Posledním segmentem je *glamping experience*, do kterého patří speciální a nevšední ubytování, jehož prostřednictvím návštěvník zažívá unikátní zážitek (Otten 2019). Mezi těmito segmenty je však velmi tenká hranice a některé glampingové areály lze tak začlenit mezi více jednotlivých segmentů. Osobně bych do těchto segmentů přidala ještě jeden typ glampingu, a to festivalový glamping. Ten se vyskytuje na velkých hudebních a kulturních festivalech, byl jedním z prvních typů glampingu vůbec, a jedná se o segment, který je velmi populárním typem glampingu například v západní Evropě.

Tabulka 1: Typologie glampingových areálů

Typ	Velikost areálů	Popis areálů	Hlavní destinace
Glamping nature	menší areál, 1-3 objekty, maximum 25 lůžek	osobní přístup, příroda, odpočinek, často na zemědělské půdě nebo na farmě	
Glamping camping	větší campingový areál, části staršího campingového areálu předělané na glamping	Rekreační campingový areál s nabídkou glampingových objektů	Především Francie, Itálie, Španělsko, Chorvatsko
Glamping village	větší glampingový areál, až 100 objektů	Velmi luxusní, restaurace, kvalitní servis a služby	Například jezero Bled, Slovinsko
Glamping experience	Jedno unikátní glampingové ubytování	Velmi speciální, unikátní ubytování a zážitek např. treehouse, igloo...	

Zdroj: Vlastní zpracování, dle Otten 2019

2.4 Motivace

Motivace jedinců je jedním ze základních faktorů ovlivňujících poptávku v oblasti cestovního ruchu. Dalšími faktory jsou dle Freyera (2011) společnost, životní prostředí, hospodářství, nabídka a místo bydliště. Podle Boscoboinik a Bourquard úzce souvisí samotná poptávka po glampingu s motivací

glampingových účastníků, přičemž poptávku po glampingu sledují ze 3 aspektů – (i) inovace a diverzifikace produktů, (ii) pobyt v přírodě a (iii) luxus a pohodlí (Boscoboinik, Bourquard 2012).

Motivace jedince je ovlivněná jak vnitřními procesy, tedy fyziologickými a psychickými stavy, tak i vnějším prostředím (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015). Za základní motivaci „*nature-based*“ turismu uvádí Espinoza (2002) následující motivy: zažít místní přírodní prostředí, odpočívat a relaxovat v příjemném prostředí, věnovat se zvláštním zájmům a aktivitám (např. rybaření, potápění), být zdravý a fit.

Účastníci glampingu chtějí úplnou relaxaci a klidné místo, kde můžou uniknout z každodenního života v soukromí. Přejí si změnit prostředí, navázat kontakt s přírodou a užívat si outdoorové aktivity. „*Nejvýznamnější motivací pro glamping je touha turistů vidět krásná místa a cítit nezapomenutelný zážitek v přírodě. Jsou rádi venku, užívají si zvuky vody, větru, ptáků s krásným výhledem na nedotčenou přírodu a jsou její součástí*“ (Sakáčová, 2013, s. 24). Proto dávají přednost glampingovým destinacím v národních parcích, v blízkosti moře nebo jinde ve výjimečné krajině (Sakáčová, 2013). Petruša a Vlahov (2019) uvádí, že poptávka po glampingovém zážitku je také často motivována konkrétní událostí, jako jsou narozeniny, výročí manželství, líbáanky atd.

Právě v souvislostech s motivacemi v cestovním ruchu se používají dva faktory, push-faktor a pull-faktor. Push-faktor motivuje návštěvníky k opuštění bydliště a hledání aktivit, jež uspokojí jejich potřeby. Hlavními push-faktory ovlivňující tento typ CR jsou potřeba rekreace, relaxace, odpočinku a pohody, digitálního detoxu, úniku z každodenního života a strávení kvalitního času s rodinou (Sakáčová 2013). Pull-faktory naopak přitahují návštěvníky do dané destinace a zvyšují její atraktivitu. Mezi nejvýznamnější pull-faktory patří potřeba zážitku v přírodě, potřeba soukromí a zájem o speciální outdoorové aktivity. Potřeba luxusu a kvalitních služeb je dalším přitažlivým faktorem, který nelze přehlédnout (Sakáčová 2013). Zmíněné push a pull faktory glampingu jsou velmi podobné faktorům „*nature-based*“ turismu.

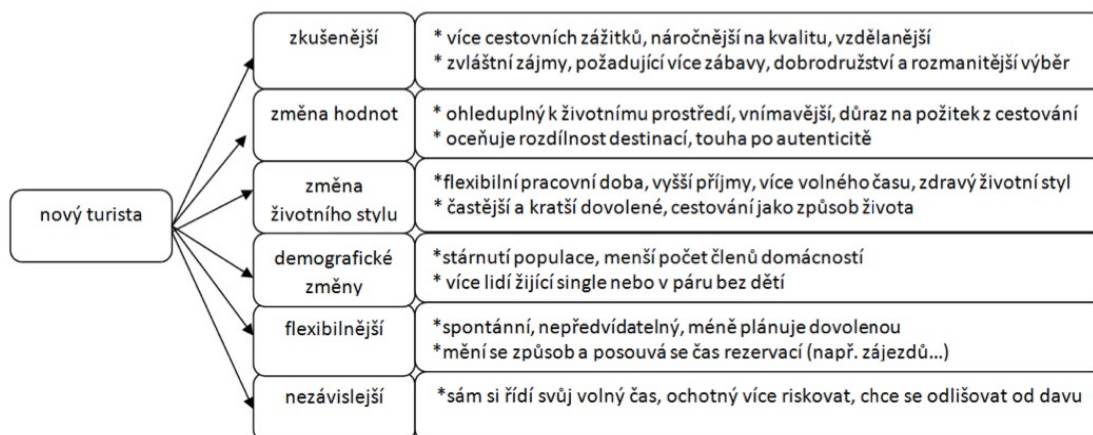
Glampingové areály dle Sakáčové (2013) propagují na jedné straně kvalitní čas strávený s rodinou, posilující rodinné vazby prostřednictvím množství nabízených aktivit vyhovujících rodinám a na druhé straně soukromí spojené s nezapomenutelným zážitkem, rekreací, pohodou a ekologickým prostředím, které vyhovuje především párům. „*Hlavní motivací glampingu tak nemusí být pro zákazníka ekologický aspekt, který je často důležitější pro provozovatele a dodavatele*“ (Sakáčová 2013, s. 26).

2.5 Účastníci glampingu a jejich typologie

Jak uvádí Vystoupil, Šauer a Holešinská (2015, s. 53): „*Hnacími motory všech nových trendů CR jsou demografické změny ve společnosti, rostoucí informovanost a růst bohatství, kterým společnost disponuje*“. Glamping, jakožto nový trend v CR, tyto změny ve společnosti silně ovlivnily a v následující odstavcích se zaměřím právě na typologii glampingového turisty. V současnosti však neexistuje žádný obecně uznávaný profil glampingového turisty, ačkoliv se o jeho charakterizování mnohé studie a autoři pokoušejí.

Z předchozích definic a úvah o glampingu vyplývá, že glampingový turista nejlépe spadá do kategorie tzv. nového turisty. Právě tzv. nový turista (Wall, Mathieson 2006) vznikl se změnami ve společnosti a je nositelem nových trendů v CR. Nový neboli postmoderní turista je náročný, zkušený, sofistikovaný, stále kritičtější vůči cestovním nabídkám a má zcela odlišné zájmy a chování v destinaci než původní turista (Groe 2008). Nový turista chce prožít zážitky a dobrodružství, má velký zájem o udržitelnost, o své zdraví a hledá stále více autentičnosti a emocí. Tito turisté jsou vzdělaní a mají vyšší sociální, ekonomický a profesní status (Pirnar, Icoz 2010). To podporuje Cvelić Bonifačić, Milohnić, Cerović (2017), kteří na základě výzkumu glampingu v Chorvatsku definují glampingové návštěvníky jako mladé, dobře vzdělané a nastálo zaměstnané lidi s vyššími příjmy. Z ekonomického hlediska charakterizuje návštěvníky glampingu i Petruša a Vlahov (2019), podle kterých jsou to lidé s vysokou kupní silou nebo ti, kteří jsou ochotni připlatit si více za dovolenou při zvláštní příležitosti.

Obrázek 7: Charakteristika nového turisty



Zdroj: Vystoupil, Šauer, Holešinská (2015) z Wall, Mathieson (2006, s. 46)

Masový turismus má v myslích nových turistů negativní konotaci, proto hledají nové koncepty a alternativy k cílům masového cestovního ruchu. „*Poptávka po masové turistice se vyznačuje homogenitou, zatímco ve skupinách s vysokou kupní silou a vzdělanými skupinami je poptávka různorodá, a proto vyžaduje nová nenarušená místa, která nejsou zničena masovou turistikou*“ (Boscoboinik, Bourquard, 2012, s. 150). Tato místa jsou výjimečná svou lokací, přírodním prostředím, designem ubytování, službami nebo vysokou cenou.

Podle Groe (2008) jsou lidé, kteří se rozhodnou pro glampingovou dovolenou milovníky přírody a krajiny, kteří chtějí ochutnat typické místní produkty a zůstat v úzkém kontaktu s místními tradicemi. Na dovolené rádi provozují sporty jako je trekking nebo jízda na horském kole, nenávidí masovou turistiku a rádi tráví klidné dny objevováním čisté přírody, ale bez omezení komfortu a pohodlí.”

Ruben Martinez, spoluzakladatel portálu GlampingHub, vymezuje jako cílovou skupinu glampingu dvě sociální kategorie, a to generace Baby Boomers a Generace Y - Mileniálové. Generace je jedním ze základních sociálních kategorií ve společnosti a díky rychlému vývoji, modernizaci a vývoji společnosti dochází k jejich jasnějšímu a silnějšímu vymezení (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015). Generace Baby Boomers a Mileniálů mají společnou tendenci hledání změny ve způsobu, jakým obvykle cestují a glamping vyhovuje oběma generacím.

Turisté generace „*baby boomers*“ (narození po 2. světové válce v letech 1946-1964) mají dostatek času a vyšší disponibilní příjem, nebojí se utrácet, hledají pohodlí, klid a mají již velké zkušenosti s cestováním (GlampingHub 2020). Baby boomers rádi navštěvují přírodní rezervace a parky, a glamping je pro ně ideálním spojením pohodlí a tradičního campování bez nutnosti náročného cestování s

campingovou výbavou (Arizton 2020). V Česku tato generace silně rozvíjí domácí cestovní ruch a druhé bydlení (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015).

Generace mileniálů (narozená v letech 1980–2000) hledá jedinečné zážitky a způsob, jak trávit každoroční dovolenou jinak než jejich rodiče. V současnosti jsou ekonomicky aktivní, mají vyšší disponibilní příjmy, hledají vyšší životní kvalitu a touží po pohodlí a relaxaci od uspěchaného života (GlampingHub 2020). Zároveň jsou velmi náchylní na marketingové strategie nabízející atraktivní ubytování a destinace a rádi sdílejí své zážitky a fotky na sociálních sítích, což dále podporuje vyšší povědomí o glampingu (Glamping Association 2018). V České republice je znatelný rozdíl mezi generací Mileniálů a Baby Boomers v tom, že generace Baby Boomers velice často disponuje vlastním druhým bydlením, zatímco generace Mileniálů navzdory svým slušným příjmům nebyla dosud schopna či ochotna do druhého bydlení investovat.

Sakáčová (2013) vymezuje ještě další dvě základní cílové skupiny glampingu, a to páry a rodiny s dětmi. Právě mileniálové se svými dětmi rádi cestují po tuzemsku a vracejí se na místa (např. rekreační areály), která navštívili se svými rodiči (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015). Na těchto místech však stále vyhledávají kvalitnější ubytování, což je velký potenciál pro glamping.

Zpráva, vytvořená společností Mintel UK na základě výzkumu cílové skupiny glampingu ve Velké Británii ukazuje, že pouze 3 % všech dotázaných byla na glampingové dovolené v porovnání se 43 % všech dotázaných, kteří byli za stejné období campovat. Glamping byl v této studii populární především mezi ženami a mladším městským obyvatelstvem, kde dominovali především Londýňané mladší 35 let (Mintel UK 2018).

Cílovou skupinu glampingu lze vymezit i jako městské obyvatelstvo. Ve městech najdeme velký počet lidí, kteří hledají možnosti odpojení se od každodenního života a chtějí podnikat víkendové dovolené v dojezdové vzdálenosti (GlampingHub 2020). Cílová skupina jsou tak turisté, kteří si chtějí užít přírodu, zažít autentické zážitky a vyhledávají pohodlné kvalitní ubytování v menších areálech.

2.6 Prostorové rozložení glampingu ve světě

Glamping se během posledního desetiletí rozšířil z Velké Británie a Irska do všech částí světa. Oblasti s největší glampingovou nabídkou jsou v Severní Americe a Evropě, avšak vzrůstající trend lze nalézt i v Africe, Asii, ve Střední a Jižní Americe a Austrálii a Oceánii (GlampingHub 2020). Glamping je v Severní Americe a Evropě na vzestupu především díky zákazníkům, kteří jsou ochotni zaplatit si za dražší destinaci a ubytování, které je navíc autentické, přírodní a udržitelné (Otten 2019).

Petruša a Vlahov (2019) vytvořili ve svém výzkumu tabulku (tab. 2) celosvětové nabídky glampingu prostřednictvím tří největších rezervačních - zprostředkovatelských portálů specializovaných na glamping (Glamping, GlampingHub a Glamping Getaway). V tabulce uvádí počet glampingových objektů v jednotlivých geografických oblastech světa a tato data by měla být ukazatelem rozložení celosvětové nabídky. Provedená analýza ukázala, že všichni tři zprostředkovatelé ve své nabídce mají nejvíce zařízení v Severní Americe.

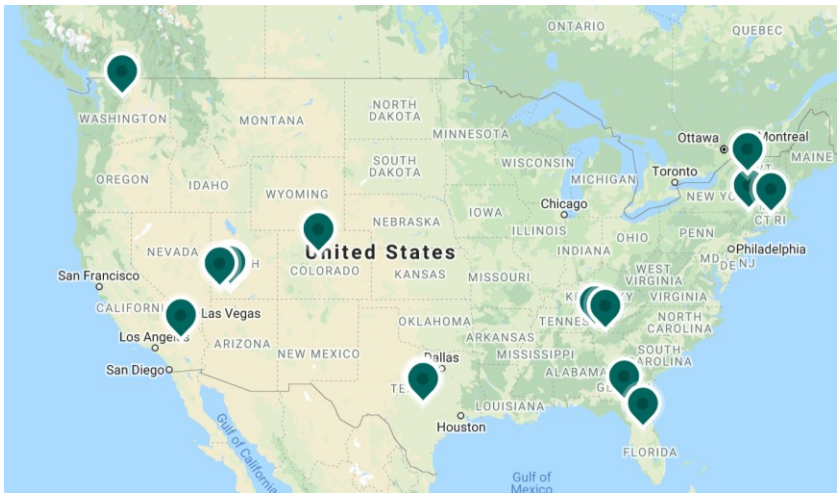
Tabulka 2: Celosvětová nabídka glampingových zařízení k 01/2018

	Evropa	Severní Amerika	Afrika	Austrálie a Oceánie	Asie	Jižní Amerika	Střední Amerika a Karibik
glamping.com	184	243	110	45	88	44	63
glampinghub.com	1381	9713	242	825	151	176	245
glampinggetaway.com	87	122	46	25	32	15	28

Zdroj: Petruša, Vlahov 2019, vlastní zpracování

Glamping roste v Severní Americe nejrychleji ve Spojených státech amerických (USA), kde se nejvíce glampingových resortů vyskytuje na západním pobřeží ve státech Kalifornie, Oregon a Washington, v blízkosti národních parků ve státech Nevada a Utah a v horských oblastech států Colorado, Wyoming a Montana. Velký počet glampingových objektů lze najít ve státě Texas a na východním pobřeží ve státech Florida, Georgia, Tennessee, Jižní Karolína a New York viz obrázek (Glamping 2020). Glamping se v USA lokalizuje především ve venkovských oblastech, avšak Arizton (2019) očekává, že v následujících letech poroste poptávka po glampingu v blízkosti velkých městských oblastí (Arizton 2019).

Obrázek 8: Glampingová nabídka v USA



Zdroj: GlampingHub, 2020

Mimo USA lze najít glampingové areály i v Mexiku především na pobřeží u letoviska Cancún a na Kalifornském poloostrově a dále v zázemí hlavního města Mexico City (Glamping 2020).

Obrázek 9: Glampingová nabídka v Mexiku a Střední Americe



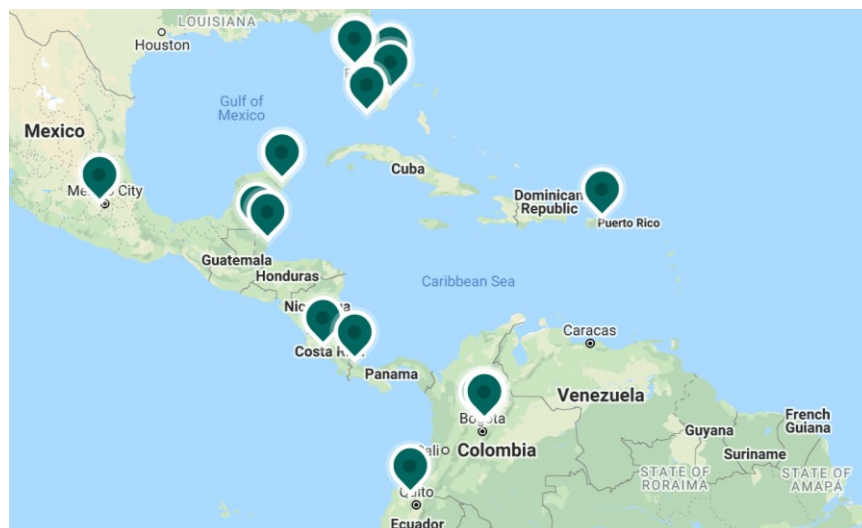
Zdroj: GlampingHub, 2020

Severní Amerika je tak silnou ekonomickou a turistickou oblastí a mimo to je „úrodnou půdou pro rozvoj glampingu díky dlouhé tradici organizovaného campování, kde jsou návyky přijímány od dětství prostřednictvím letních táborů“ (The Economist 2011).

Vzhledem k popularitě glampingu v USA je jasné, že lze očekávat zřetelný rozvoj i ve Střední Americe a Karibiku, které jsou tradičním prázdninovým cílem amerických obyvatel. Glampingové areály se tam

nejčastěji vyskytují ve státech Nikaragua, Kostarika, Guatemala a na ostrovech Portoriko, Dominikánská republika, Guadeloupe a Martinik, jak lze vidět na obrázku 11 (GlampingHub 2020).

Obrázek 10: Glampingová nabídka ve Střední Americe



Zdroj: GlampingHub, 2020

V Jižní Americe je glamping lokalizován především v blízkosti velkých měst. Velmi populární je glamping v Kolumbii v okolí hlavního města Bogota a města Medellín. I v Ekvádoru se glampingové objekty vyskytují především u hlavního města Quito. Na východním pobřeží Jižní Ameriky se glampingové resorty vyskytují hlavně na pobřeží Uruguaye, v Argentině u hlavního města Buenos Aires a v Brazílii mezi městy Rio de Janeiro a Sao Paulo. Na západním pobřeží je glamping populární hlavně v Chile v přírodních horských oblastech And (GlampingHub 2020).

Obrázek 11: Glampingová nabídka v Jižní Americe



Zdroj: GlampingHub, 2020

Po Severní Americe má největší nabídku glampingových zařízení Evropa. Velká nabídka v Evropě je očekávaná díky rozvoji a expanzi trendu glampingu právě ve Velké Británii v roce 2005. Evropa je také po mnoho let přední turistickou oblastí a i mezi Evropany roste zájem o dovolenou v přírodě (Petruša, Vlahov 2019).

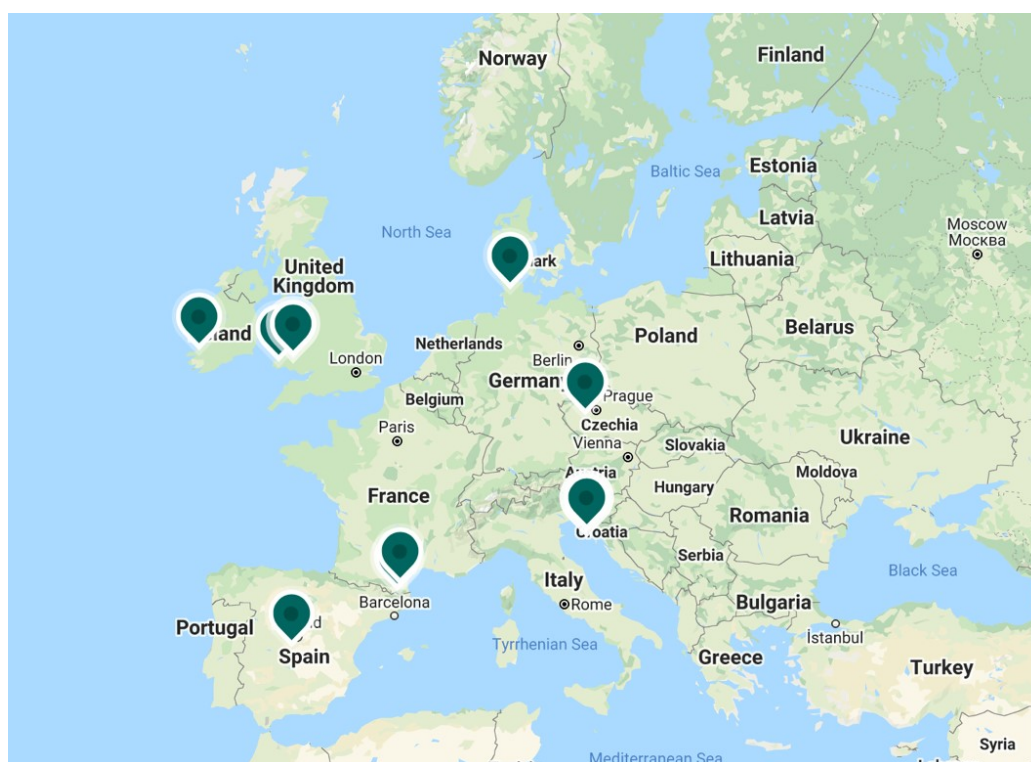
Evropské destinace glampingu jsou především ve státech západní a jižní Evropy, a to v již zmíněné Velké Británii, Irsku a dále ve Francii, Nizozemí, Španělsku, Portugalsku, Itálii, Slovinsku a Chorvatsku (GlampingHub 2020). Velké množství glampingových objektů lze v Evropě najít v již existujících campingových rekreačních areálech, které investují do glampingu za účelem renovace areálu (Otten 2019). Tyto modernizované areály se vyskytují hlavně v Chorvatsku, Itálii, Španělsku, Francii a Nizozemí, které jsou tradičními campingovými destinacemi.

V těchto zemích můžeme glamping najít ve dvou lokalitách, a to na pobřeží v rámci rekreačních areálů a dále ve vnitrozemí ve venkovských oblastech se zajímavým přírodním prostředím (GlampingHub 2020). V Evropě je také glamping populární na velkých festivalech pod širým nebem ve Velké Británii, Belgii a v Nizozemí.

Na glampingových portálech lze najít glampingové objekty i v jiných státech Evropy, například v Řecku, Švédsku, Dánsku či v Česku, ale oproti výše zmíněným evropským zemím je místní nabídka na zahraničních portálech zatím velmi malá.

Zajímavou glampingovou destinací v Evropě je Slovinsko, které je oblíbené díky svému přírodnímu prostředí a rychle zde roste spolu s udržitelným CR i počet glampingových resortů. Glamping je zde dokonce oficiálně podporován Slovinským výborem pro cestovní ruch a Ministerstvem pro hospodářský vývoj a technologie (The World of Glamping 2020), což dělá ze Slovinska z hlediska státní podpory glampingu evropský unikát.

Obrázek 12: Glampingová nabídka v Evropě



Zdroj: GlampingHub, 2020

V Africe lze glamping naléznout na východním pobřeží ve státech Keňa, Uganda a Tanzanie, kde má luxusní campování tradici již od začátku 20. století a glamping je tu spojený s výlety na safari. Dále je silně rozšířen u národních parků na pobřežních oblastech Jihoafrické republiky (Glamping 2020).

Obrázek 13: Glampingová nabídka v Africe



Zdroj: GlampingHub, 2020

Glamping je populární i na pobřeží Austrálie a na Novém Zélandu (GlampingHub 2020). Největší koncentraci v Austrálii lze najít na pobřeží mezi městy Melbourne, Canberra, Sydney a Brisbane (GlampingHub 2020).

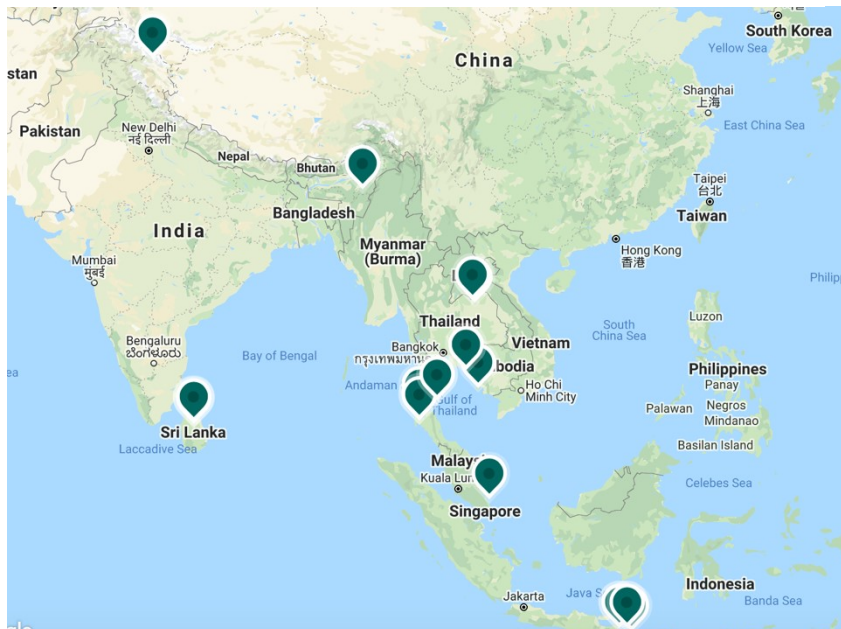
Obrázek 14: Glampingová nabídka v Austrálii a Oceánii



Zdroj: GlampingHub, 2020

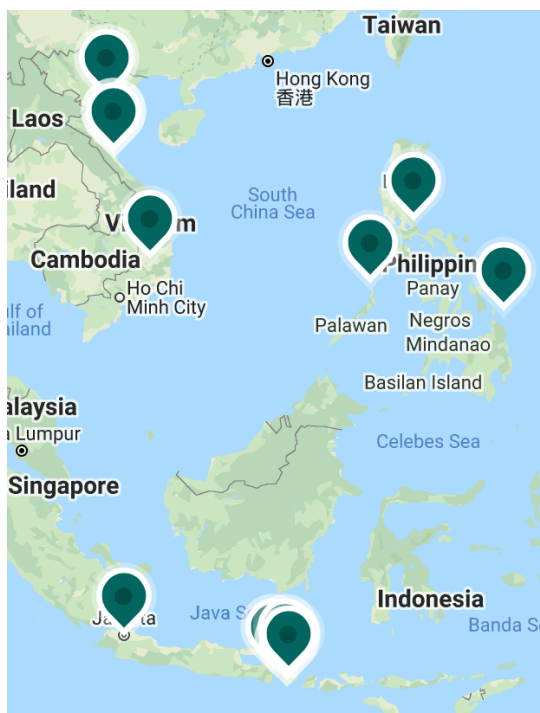
V Asii je glamping nejčastější na ostrovních a pobřežních státech v Indonésii (Bali), Srí Lance, v Thajsku, Kambodže a na Filipínách viz. obrázek 16. Tyto země jsou oblíbenými tropickými destinacemi zahraničních cestovatelů a glamping zde tvoří alternativní nabídku ubytování (GlampingHub 2020).

Obrázek 15: Glampingová nabídka v Asii



Zdroj: GlampingHub, 2020

Obrázek 16: Glampingová nabídka v jihovýchodní Asii



Zdroj: GlampingHub, 2020

2.7 Charakteristika zájmového území

Za zájmové území pro vlastní výzkum jsem si vybrala celou Českou republiku. Jedná se o vnitrozemskou oblast s průměrně vyšší nadmořskou výškou 450 m.n.m. a díky svému členitému reliéfu, místy stále ještě nedotčenou přírodou, lesy a množstvím vodních ploch může nabídnout vhodné předpoklady pro glamping. Dalším důvodem výběru tohoto území je zdejší tradice a popularita campování a druhého bydlení. Jedním z dalších hlavních důvodů pro výzkum pouze v Česku je omezená možnost cestování a zahraničního výzkumu během Covid-19 krize v roce 2020.

V následujících odstavcích se pokusím přiblížit charakteristiku Česka a jeho oblastí podstatných pro rozvoj glampingu a udržitelného cestovního ruchu.

Na území Česka nalezneme rozmanité přírodní podmínky. Reliéf je zde vertikálně členitý a disponuje různými typy krajiny. Hranice Česka tvoří především pohoří, která jsou z velké části zalesněná a málo urbanizovaná. Hornatiny a vrchoviny tvoří v Česku přes 41 % plochy reliéfu a kromě pohraničních oblastí je můžeme najít na Karlovarsku, Plzeňsku, v jižní části Středních Čech a na Vysočině. I mimo pohoří je český krajinný reliéf zvláště členitý. Dalších 39 % českého reliéfu tvoří pahorkatiny, které se vyznačují mírnými svahy a mělkými údolími. Povrch Česka je tvořen z velké části lesy, které zabírají 34,1 % povrchu.

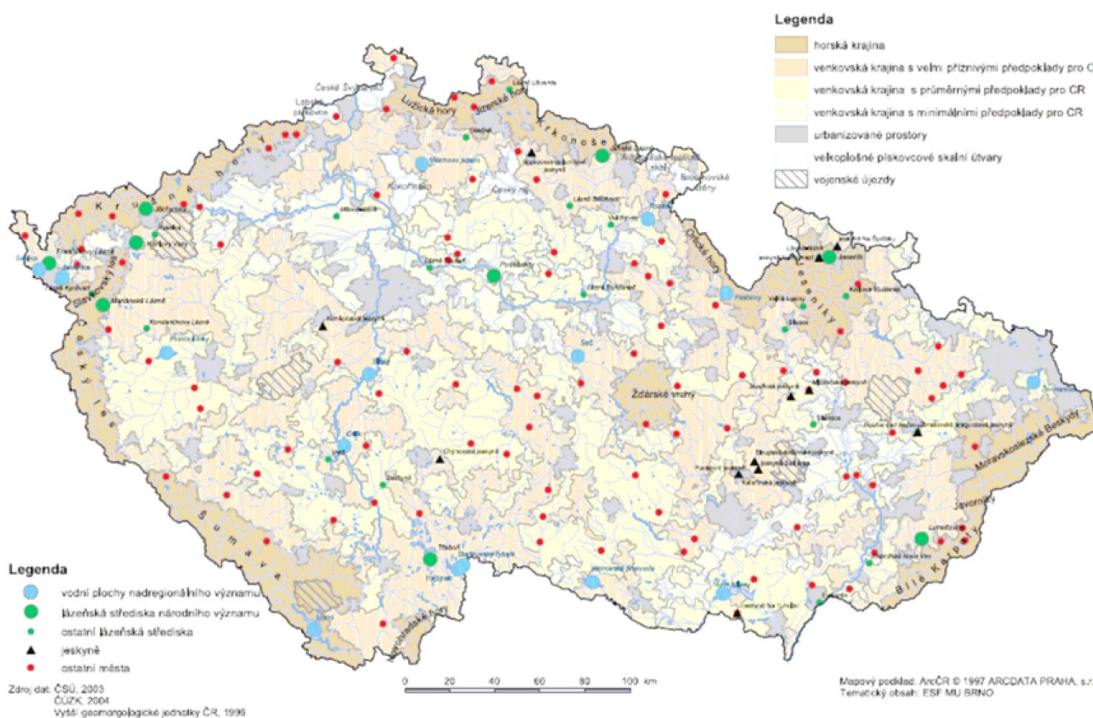
Česko má poměrně hustou říční síť a velké množství rekreačních vodních ploch. Řeky vytváří rozmanitý reliéf a jejich okolí je oblíbenou oblastí rekreace. Na většině českých řek byly v minulém století postaveny přehradní nádrže, které jsou populární vodní plochou pro letní rekreaci. Přehrady se například vyskytují na řece Vltavě (Lipno, Orlická a Slapy), řece Dyji (Nové Mlýny I a II, Vranov), na řece Želivka (Švihov) a dalších vodních tocích. České území je unikátní velkým počtem rybníků, které se vyskytují především na jihu Čech. Česko je také jedinečné ve velkém množství velkoplošných a maloplošných chráněných území, která jsou rozeseta po celém území.

Z těchto důvodů lze soudit, že by na území Česka mohl být vhodný potenciál pro glamping, který je velmi závislý na atraktivitě přírodního prostředí, což výše popsané území beze zbytku splňuje.

Vystoupil a kol. vytvořili v roce 2006 mapu rajonizace cestovního ruchu, kde odlišují typy krajiny podle jejich předpokladů pro CR. Právě venkovská krajina je pro destinace glampingu cílová, a ve výzkumu se budu snažit zjistit, zda se glamping vyskytuje spíše ve venkovské krajině s příznivými, průměrnými nebo minimálními předpoklady pro CR, které určuje podíl daných potenciálních rekreačních ploch v oblasti.

Obrázek 17: Rajonizace CR

RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU



Zdroj: Vystoupil J. a kol. 2006

Z uvedených údajů se lze domnívat, že nejvýznamnější potenciál pro glamping tak mají regiony se zvlněným reliéfem, přírodním bohatstvím, ideálně v zázemí velkých měst.

Domnívám se, že tato práce může přinést posouzení typických lokalit a destinací vhodných pro glamping v českých podmínkách a zhodnotit jeho potenciál.

Vývoj cestovního ruchu v Česku

Český cestovní ruch byl od počátku 20. století silně postaven na domácím CR a na turistice. Během první republiky začalo docházet k budování turistických stezek, rozvíjelo se ubytování v chatách a zvyšovala se úroveň pohostinství. V této době také vzniká nový specifický typ trávení volného času, tramping, inspirovaný zvyklostmi indiánů, lovců a zálesáků, který je charakteristický campováním v divoké přírodě ve skupině přátel. Tramping se v Česku odehrával především v přírodních oblastech v zázemí větších měst.

Se změnou společensko-politických poměrů v roce 1948 se zásadně změnily podmínky CR v Česku a jeho druhy a formy (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015). Došlo k výraznému omezení cestování do zahraničí, což předurčilo orientaci CR na přírodní a historické cíle v Česku. V této době nastává obroda trampingu a campování v přírodě. V 60. a 70. letech minulého století dochází také ke kvantitativnímu

rozvoji masové rekreace u vodních nádrží, řek a na rybnících a začínají se stavět campingové rekreační areály, tábořiště a chatové osady. Ve stejnou dobu směřuje rekreace i do horských a méně urbanizovaných oblastí, kde „*dochází ke transformaci volného bytového fondu na chalupy*” (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015, s. 30). Postupně se v Česku začala zvyšovat domácí návštěvnost v turisticky atraktivních oblastech v přírodě i ve vylidněném pohraničí.

Rozvojem chat a chalup, tedy s rozvojem tzv. druhého bydlení, souvisejí i změny ve společnosti, a to především vyšší suburbanizace a koncentrace obyvatel ve městech, nárůst vzdělání a ekologická a přírodní uvědomělost. Obyvatelé měst touží k návratu na venkov alespoň o víkendech, čímž dochází k tzv. víkendovému eskapismu. Politický vývoj v Česku a omezená možnost cestování vedla k evropsky ojedinělému vysokému významu druhého bydlení u nás. Česká republika má v rámci druhého bydlení ideální přírodní prostředí a rozmístění aglomerací. Druhé bydlení se vyskytuje v oblastech s kvalitním přírodním prostředím (rozmanitý reliéf, nadmořská výška, lesnatost, vodní plochy), ve venkovských oblastech s nízkým migračním saldem a zároveň blízko velkých aglomerací. Tato typologie oblasti je tak blízka právě glampingu.

Demokratizace a otevření hranic po roce 1989 zapříčinily změny v poptávce CR, když začala stoupat významnost zahraničního CR a Česká republika se vrací k „*normálním poměrům panujícím v evropském cestovním ruchu kontinuálně více než 100 let*” (Vystoupil, Šauer, Holešinská 2015, s. 31).

Lze se domnívat, že vývoj CR v Česku ve 20. století a především popularita campingových rekreačních areálů, druhého bydlení a trampingu, může mít vliv na rostoucí popularitu glampingu. Všechny tyto typy CR lokalizují své destinace v přírodě a důležitou společnou motivací je odpočinek.

Trendy cestovního ruchu v Česku

Česká republika se nachází ve vysoce konkurenčním prostředí cestovního ruchu, protože sousedí nebo je velmi blízko státům, jež mají jednu z největších nabídek CR na světě. „*V Evropě i v Česku dochází k posunu v preferencích současných a budoucích spotřebitelů. Zvyšuje se nesoulad mezi produkty a službami, které jsou na trhu nabízeny, a potřebami a očekáváními spotřebitelů. Výsledkem tak může být rostoucí nespokojenost spotřebitelů s produkty a destinacemi, které navštěvují*” (KMPG 2018). Od začátku 21. století se postupně mění preference účastníků CR, kteří preferují vyšší kvalitu služeb (MMR 2014).

Dle průzkumu KPMG (2018) roste v Česku i trend zkracujících se dovolených, takzvaných *staycations*, které byly definovány dříve v této práci.

Nárůst popularity platform sdíleného ubytování jako je např. Airbnb nebo Couchsurfing, ukazují změny v poptávce po jiném a novém typu ubytování. Lidé chtějí zažít nový druh ubytování, který

zapadá do dané destinace a dává šanci bydlet autenticky a jinak, než v tradičním ubytování a hotelech. Domnívám se, že rozvoj sdíleného bydlení souvisí s rozvojem glampingu, kdy lidé chtějí navštívit jedinečná a zajímavá ubytování.

Koncepce státní politiky CR v Česku na období 2014-2020 vytvořená Ministerstvem pro místní rozvoj uvádí nejvýznamnější formy CR, pro které má Česko nejlepší předpoklady. Jako klíčový prvek uvádí městský a kulturní cestovní ruch, který se zaměřuje na zahraniční poptávku. Přestože je zahraniční poptávka oproti domácí v posledních letech čtvrtinová, má daleko vyšší ekonomický význam. Další významnou formou, pod kterou spadá i glamping je dovolená v přírodě. Nejtypičtější dovolenou v přírodě jsou dle Ministerstva pro místní rozvoj *„letní a zimní pobyty na horách, dovolená u vody, campování, venkovský cestovní ruch a agroturistika, spotřeba regionálně typických produktů cestovního ruchu, apod.“* (MMR 2014). Trendem je pomalu se rozvíjející venkovský cestovní ruch.

Dle MMR (2014) jsou *„dlouhodobě nejnavštěvovanějšími kraji dle preferencí domácích turistů Jihomoravský, Jihočeský a Královéhradecký kraj, nejnižší návštěvnost pak vykazují kraje Ústecký, Plzeňský, Pardubický.“*

V Čechách se postupně mění a zvyšuje kvalita nabídky ubytovací infrastruktury a je patrný jednoznačný posun poptávky k ubytovacím zařízením s vyšším standardem služeb (MMR 2014). Objem lůžkové kapacity je největší (45 %) v ubytovacích zařízeních ve střediscích městského a kulturně-poznávacího CR, 29 % kapacity připadá na střediska horského cestovního ruchu, 15 % je ve střediscích letní rekreace u vodních ploch, 8 % připadá na lázeňská střediska a zbylých 10 % na střediska ve venkovském prostředí. (MMR 2014) Glampingové objekty lze zařadit do dvou typů středisek, především do venkovních středisek a středisek letní rekreace u vody.

3. Metodika výzkumu a zpracování dat

Charakter práce je záměrně spíše analytický a zkoumá potenciál a destinace glampingu v Česku. Omezené zdroje odborné literatury a vytvořených výzkumů a dále také potenciální přínos práce pro možné navazující výzkumy v této oblasti ovšem tento přístup zcela opravňují.

Z důvodu omezených odborných zdrojů a spíše nízkého obecného povědomí o glampingu, bylo v úvodní části práce nejprve nutné vysvětlit a definovat nové pojmy, a postupně je přeložit z angličtiny do češtiny při respektování stávající užívané terminologie v ČR. Dále bylo potřeba vysvětlit vývoj a celkovou charakteristiku a typologii glampingového ČR, aby bylo v empirické části práce možné zhodnotit jeho následný vývoj a potenciál v Česku. Prostřednictvím portálů s glampingovou nabídkou v zahraničí byly následně také určeny destinace glampingu ve světě.

3.1 Metody sběru dat a analýzy

Pro získání primárních zdrojů pro výzkum dat jsem si zvolila formu kvalitativního výzkumu, jehož cílem je deskripce a analýza případů a fenoménů. Výzkum je orientován na exploraci v přirozených podmínkách sociálního prostředí. Plán kvalitativního výzkumu má pružný charakter a výzkum se tedy může rozvíjet a přizpůsobovat podle okolností a získaných výsledků (Hendl 2005).

Za základní přístup kvalitativního výzkumu jsem si zvolila případovou studii, která se zaměřuje na podrobný popis několika případů glampingu a zkoumá, jaké jsou jejich charakteristiky, a následně může i případy porovnávat. Na konci studie se zkoumané případy zařazují do širších souvislostí.

Na začátku kvalitativního výzkumu je vybráno téma výzkumu a určí se základní výzkumné otázky, které se během sběru dat a následné analýzy mohou modifikovat a doplňovat.

Kvalitativní výzkum kombinuje metody podle nutnosti sběru a analýzy dat. Pro potřeby výzkumu a sběru dat jsem si vybrala kvalitativní metody rešerše dostupných textů a dokumentů, následně byla zvolena metoda interview současně s metodou terénního výzkumu - pozorování. Nejprve jsem provedla rešerši české a zahraniční tištěné a online literatury a internetových zdrojů, jejímž cílem bylo hlubší porozumění problematice.

Za jednu z metod primárního sběru dat byla zvolena metoda kvalitativního dotazování. Byla zvolena forma polostrukturovaného rozhovoru, neboli rozhovoru podle návodu, jenž se vyznačuje definovaným účelem, určitou osnovou otázek a velkou volností a pružností procesu získávání dat. Polostrukturovaný rozhovor umožňuje strukturovat odpovědi a zaměření rozhovoru, zároveň ale dovoluje dotazovanému vysvětlit svoje zkušenosti a perspektivy (Hendl 2005). Před začátkem interview jsem si vytvořila strukturovaný návod k rozhovoru, který byl vždy personifikován na základě

předešlého osobního výzkumu o konkrétním glampingovém areálu. Osnova rozhovoru byla dále také upravena podle charakteru dotazovaného subjektu, byla tedy odlišná pro portály s glampingovou nabídkou a provozovatele glampingového ubytování.

Za způsob výběru osob pro polostrukturovaný rozhovor byl zvolen typ účelového vzorkování, který vybírá informačně bohaté případy pro hlubší studium (Hendl 2005). Na základě průzkumu trhu a nabídky glampingových zařízení v Česku byly vybrané modelové subjekty kontaktovány prostřednictvím e-mailové komunikace, sociálních sítí nebo portálu Airbnb s prosbou o krátký rozhovor v místě areálu, což dále umožnilo i následný terénní výzkum a pozorování. V rámci výběru modelových subjektů jsem se snažila o to, aby představovaly rozmanitou charakteristiku glampingu v Česku.

Již v průběhu e-mailové komunikace udělili účastníci výzkumu informovaný souhlas se vstupem do areálu, souhlas s pořizováním audiovizuálního materiálu a také souhlas s uvedením identity v rozhovoru.

Tabulka 3: Osnova polostrukturovaného rozhovoru

Seznámení	
Základní informace	<ul style="list-style-type: none"> - Specializace daného glamping objektu - Jak dlouho na trhu? - Počátek - důvody vytvoření - Co Vás k tomu vedlo - Počet objektů, lůžek, délka pobytu - Obsazenost - Rezervační portál - Udržitelný rozvoj
Prostředí	<ul style="list-style-type: none"> - Jaká je podle Vás pozice glampingu na českém trhu? - Jak tráví čas Vaši zákazníci? - Doprovodný program/aktivity - Blízkost přírodního/kulturního bohatství/sportovní aktivity - Dopravní prostředek zákazníků - Občanská vybavenost - Komerční využití, eventy
Sezónnost	<ul style="list-style-type: none"> - Jaká je sezónnost ve Vašich objektech? - možnosti překonání sezónnosti
Cílová skupina	<ul style="list-style-type: none"> - Kdo jsou Vaši zákazníci? - Typová kategorie - Pár/rodina/skupiny - Věková kategorie - Odkud přijíždějí? - Původ (města, ČR nebo zahraničí) - Vztah ke campování

Vliv Covid-19 krize	<ul style="list-style-type: none"> - Jaký měla Covid-19 krize vliv na Vaše ubytování? - Co se změnilo? - obsazenost, změna klientely, poptávka
Problémy glampingu	- Problémy - vedení obcí, sousedi

Zdroj: Vlastní zpracování

Část naplánovaných rozhovorů musela být oproti původnímu plánu kvůli vládním omezením a nepříznivé situaci vysokého výskytu viru Covid-19 ve společnosti v říjnu a listopadu 2020 provedena pouze po telefonu a část rozhovorů z tohoto důvodu neproběhla vůbec.

Celkem bylo po výběru reprezentativního vzorku kontaktováno 25 subjektů, z nichž 17 odpovědělo, a nakonec byly realizovány rozhovory s 9 z nich.

Jednotlivé polostrukturované rozhovory byly nahrány do telefonu a poté pomocí transkripce přepsány do textu. Samotné výňatky odpovědí jsem v textu práce přepsala do spisovné češtiny, aby byla práce lépe čitelná. Ve dvou případech rozhovorů nebyl rozhovor nahráván, a to v případě telefonického rozhovoru s provozovatelkou Treehouse Česká Kanada, která sice odpověděla na některé otázky, ale vzhledem ke špatným zkušenostem se zneužitím jejich „*know-how*“ nechtěla poskytnout delší rozhovor, a také v případě Dobčických rybníčků, kde jsem se zúčastnila delšího zúčastněného pozorování a s majitelem během doby pobytu mluvila několikrát neformálně. Získané relevantní informace a odpovědi však byly zaznamenány do textu v podobě poznatků. Právě tyto způsoby transkripce a zaznamenání poznatků jsou možné vzhledem k obsahově-tematické rovině rozhovorů.

Zúčastněné pozorování a terénní výzkum

Terénní výzkum byl proveden v rámci rozhovoru po domluvě s provozovateli objektů. Čas rozhovoru byl vždy domluvený na období mezi střídáním hostů či v době, kdy areál nebyl obsazený. To mi dalo možnost se s provozovateli projít po areálu a podívat se do objektů. Po rozhovoru jsem dále měla čas projít si samostatně daný areál i jeho okolí. V rámci terénního průzkumu jsem mohla prozkoumat areál a jeho zázemí, blízké přírodní okolí i místní obec.

V areálu Dobčické rybníčky jsem strávila dvě noci v glampingovém objektu, což mi umožnilo vytvořit zúčastněné pozorování, podrobně pochopit charakteristiku glampingu a vyzkoušet si glamping. Během pobytu jsem měla šanci promluvit si s majitelem a provozovatelem o Dobčických rybníčcích, které jsou jedny z prvních a velmi úspěšných glampingových objektů v ČR.

Tabulka 4: Kontaktované subjekty

Glampingové zařízení	Obec	Kraj	Typ objektu	Typ rozhovoru	Datum rozhovoru	Terénní výzkum
Dobčické rybníčky	Dobčice	JHC	Domečky na vodě	Osobní rozhovor (bez nahrání)	26.07.2020	Terénní výzkum a zúčastněné pozorování
Teepee & Spa Pyskočely	Pyskočely	STC	Teepee, Treehouse, Mobilní objekt	Osobní rozhovor	06.09.2020	Terénní výzkum
Kemp Malešov	Malešov	STC	Stany	Osobní rozhovor	08.09.2020	Terénní výzkum
Treehouse Česká Kanada	Nová Bystřice	JHC	Treehouse	Telefonní rozhovor (bez nahrání)	01.10.2020	
Resort Ralsko	Chrástná	LBK	Treehouse	Osobní rozhovor	05.10.2020	Terénní výzkum
Maringotka Tichá	Verdek	KHK	Maringotka	Telefonní rozhovor	03.11.2020	
Glamping Nová Žihovošť	Křečovice	STC	Stany	Telefonní rozhovor, zaslání otázek	09.11.2020	
Hide and Seek Aranka	Rabí	PLK	Mobilní udržitelný objekt	Telefonní rozhovor	10.11.2020	
BPR Česko - portál	Liberec	LBK	Portál s glampingovou nabídkou, stany	Telefonní rozhovor	11.11.2020	

Zdroj: Vlastní zpracování

Analýza nabídky glampingu v ČR

Glamping je v Česku velmi novým a rychle rostoucím trendem a neexistuje tedy portál s větší nabídkou glampingových areálů ani žádný dokument, popisující aktuální nabídku. Aby bylo možné popsat destinace glampingu a celkový trend glampingu, bylo potřeba obsáhlého průzkumu glampingového trhu a nabídky. Průzkum nabídky jsem vytvářela a rozšiřovala během několika měsíců a všechny informace jsou aktuální k 9.11.2020.

Průzkum byl prováděn především na internetovém vyhledávači Google a poté i na sociálních sítích pomocí klíčových slov jako je např. glamping, czechglamping, ceskyglamping, treehouse, maringotka atd. Vyhledané objekty jsem zařadila do seznamu nabídky, pokud splňovaly charakteristiku glampingového objektu dle kritérií glampingu uvedených v kapitole „Typy objektů“. Glampingová nabídka zahrnuje všechny typy glampingových ubytovacích objektů a areálů, které jsou pohodlně zařízeny a jsou kreativně a harmonicky integrovány do přírody. Jednotlivé typy objektů byly určeny dle vlastního vymezení glampingových typů objektů a kategorií v teoretické části práce.

Do tabulky byly zaznamenány informace potřebné pro následnou analýzu nabídky a zhodnocení - název a typ areálu, jméno obce a kraj, počet a typ objektů, nabídka – wellness, aktivity, vztah k udržitelnosti a dále také lokalizace areálu v blízkosti vodních a lesních ploch či trvale travního porostu, zahrad a sadů. Ne na všech webových stránkách či sociálních sítích byly všechny takové informace dostupné, v takovém případě nejsou tyto informace u daného areálu uvedeny.

Po celkové analýze nabídky byly zjištěné areály a objekty glampingu, dle jejich GPS souřadnic nebo popřípadě lokality obcí, ve které se nacházejí, umístěny do mapy ČR s podkladovou vrstvou rajonizace CR a velkoplošných chráněných území.

Analýza aktuální poptávky prostřednictvím Google Trends

Pro zobrazení vývoje popularity pojmu glamping jsem si zvolila nástroj Google Trends, který je jedním z nástrojů, umožňujících získat informace o tom, o co se lidé na internetu zajímají a co vyhledávají. Domnívám se, že kvůli tomu, že je glamping novým trendem ČR, může právě četnost internetového vyhledávání pojmu ukázat trendy vývoje, sezónnosti i geografické oblasti, kde glamping začíná být populární.

Google Trends znázorňuje, kolik lidí se o klíčový pojem zajímá ve zvoleném období na definovaném území a zároveň ukazuje související témata a dotazy spojené s vyhledáváním pojmu. V grafech přepočítává Google Trends relativní objem vyhledávání pojmu a zobrazuje ho na ose y. Hodnota 100 poté odpovídá maximální hodnotě za dané období a ostatní hodnoty se vůči této maximální hodnotě přepočítávají. Osa x, která zobrazuje zvolené období - týdny, měsíce nebo roky, umožňuje sledovat opakující se vzorce a indikuje sezónnost vyhledávání pojmu a poptávky (Google Trends 2020).

4. Analýza vývoje poptávky glampingu

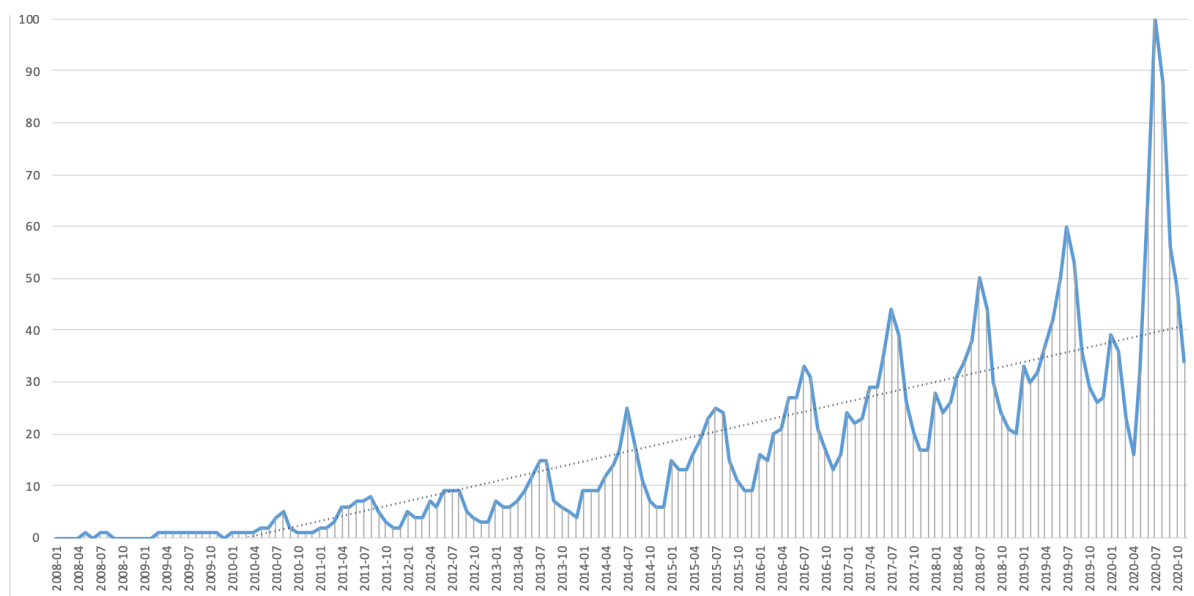
Glamping je moderním rychle rostoucím trendem CR a jak již bylo zmíněno, stále neexistuje dostatečné množství zdrojů popisujících aktuální trendy, poptávku a rozšíření ve světě. V první části empirického výzkumu si prostřednictvím dat z nástroje Google Trends kladu za cíl potvrdit informace zjištěné v teoretické části a podpořit je vlastní analýzou vývoje a růstu glampingu, geografických oblastí a nových trendů v oblasti glampingu. Zároveň se zaměřuji na období pandemie viru Covid-19 v roce 2020 a hodnotím změny vývoje poptávky v důsledku této krize.

4.1 Pojem glamping ve světě

Zájem o pojem glamping má celosvětově stoupající tendenci od roku 2008, kdy se výraz poprvé objevuje v internetovém vyhledávání a od té doby je v grafu č. 1 viditelný jasný trend rostoucí poptávky po glampingu s charakteristicky výraznou roční sezónností.

Během celého analyzovaného období vývoje byl vrchol vyhledávání výrazu „glamping“ vždy v letních měsících a druhý vrchol v zimním období v lednu. Letní vrchol vyhledávání koreluje s nejvyšší obsazeností glampingu a souvisí s dobou letních dovolených, kdy si lidé vyhledávají last-minute dovolené. Vyhledávání v zimních měsících může naopak souviset s plánováním dovolených na následující rok v předstihu a hledáním first-minute akcí. Samozřejmě tento zimní vrchol může souviset i s letním obdobím a prázdninami v zemích na jižní polokouli.

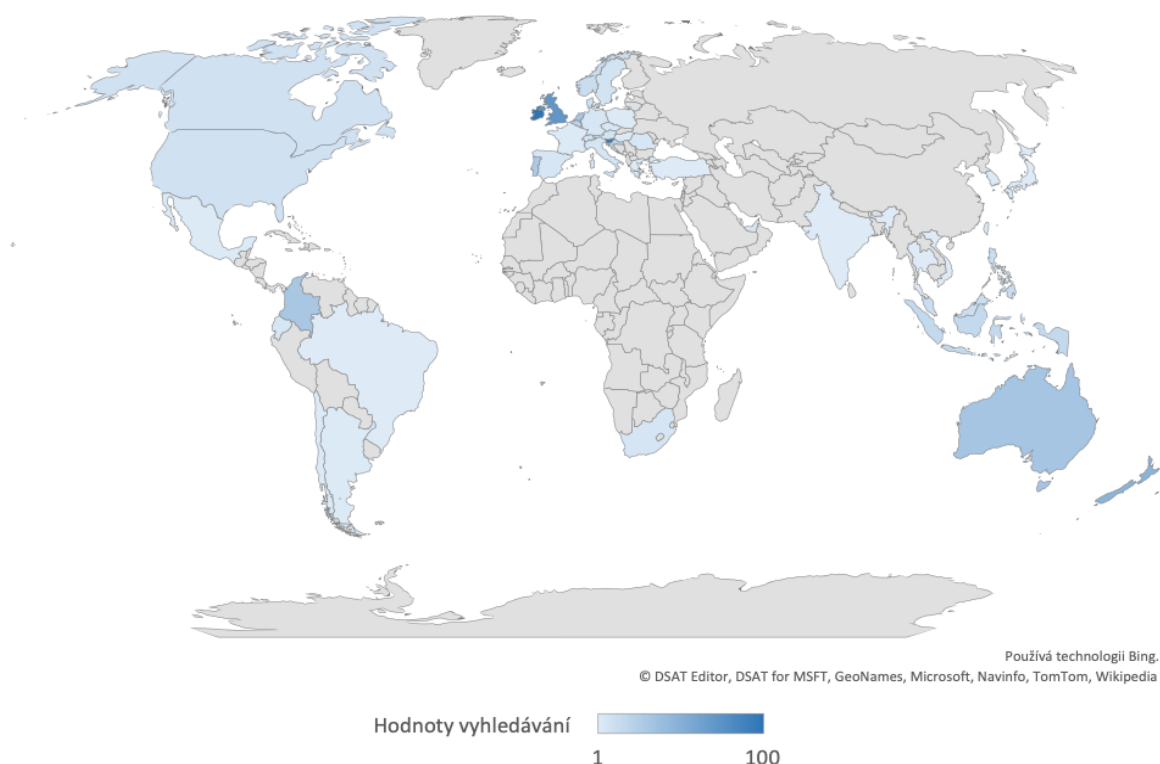
Graf 1: Četnost vyhledávání pojmu glamping ve světě (2008-2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Pomalou a stálou pozitivně stoupající tendenci růstu vidíme již od roku 2010 a za poslední dva roky od roku 2018 se vyhledávání pojmu dokonce zdvojnásobilo. Související pojmy - asociace s glampingem jsou campování „camping“, prázdniny „holidays“, „pods“ a „tents“, jezero „lake“, vířivka „whirlpool“, „resort“ a dále země a regiony jako je *Spojené království, Irsko, Skotsko, Wales, Yorkshire, Cornwall, Kalifornie* (Google Trends 2020).

Obrázek 18: Oblasti vyhledávání pojmu glamping (2008-2020)

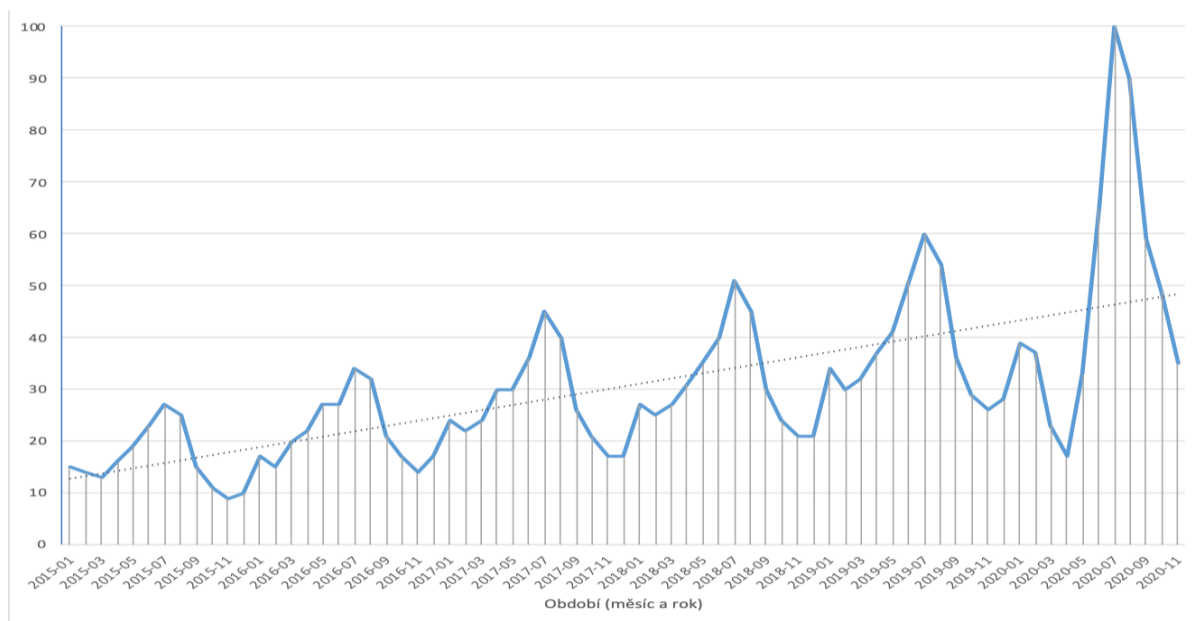


Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Za posledních 5 let je pojem glamping nejvíce vyhledáván ve Slovinsku, Irsku, Spojeném Království, Novém Zélandu, Portugalsku, Austrálii, Kolumbii, Nizozemí, Svaté Heleně a Chorvatsku. Frekvence vyhledávání dokládá to, že glamping je v Evropě nejrozvinutější právě ve Slovinsku, Irsku a Spojeném Království, Portugalsku, Nizozemí a Chorvatsku. Nejvyhledávanějšími společnými pojmy jsou jednotlivé glampingové resorty v Indonésii (Lakeside Rancabali, Bogor, Ciwiday, Maribaya), ve Slovinsku (Ribno) a Kolumbii (Guatavita, Bogota, Bubblesky) a na Filipínách (Batangas). Tyto výsledky mohou znamenat

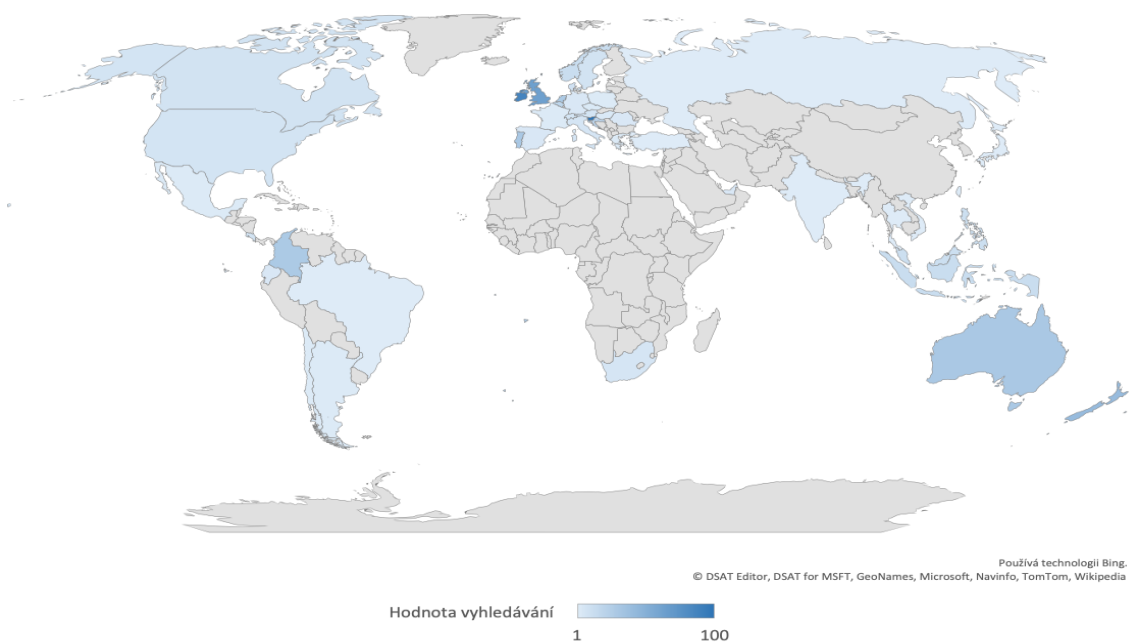
to, že zahraniční turisté - obyvatelé zemí, ve kterých je téma nejvyhledávanější se zajímají o jednotlivé glampingové resorty právě v Indonésii, na Filipínách, v Kolumbii a Slovinsku.

Graf 2: Četnost vyhledávání pojmu glamping ve světě (2015-2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Obrázek 19: Oblasti vyhledávání pojmu glamping (2015-2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Období roku 2020

Největší trend vyhledávání pojmu glamping vůbec lze najít během léta a především měsíce července 2020, kdy počet vyhledávání vyrostl o 40 % oproti maximu z léta 2019.

V roce 2020 celosvětově hledali pojem glamping nejvíce obyvatelé Slovinska, Irska, Spojeného Království, Nového Zélandu, Kolumbie, Portugalska, Norska, Nizozemí, Austrálie, Belgie, Chorvatska, Dánska, Malajsie, Švédska, Rumunska, Itálie. Vyhledávání pojmu glamping v Česku zaujalo 29. místo celosvětově, což značí nadprůměrný zájem o glamping mezi obyvateli Česka v porovnání se zbytkem světa. Nejvyhledávanějšími společnými pojmy jsou v roce 2020 jednotlivé glampingové resorty v Portugalsku (*Eco Suites resort*), Belgii (*Ardeny, Durbuy*), Malajsii (*Dupeng*) dále v Severní Evropě (*Sjaeland* v Dánsku), Irsku (*Aranské ostrovy, Killarney, Knockrobin*) a Itálie (Toskánsko, *Il sole*), UK (*Sperrinview, Birdholme, Redhill*) (Google Trends 2020).

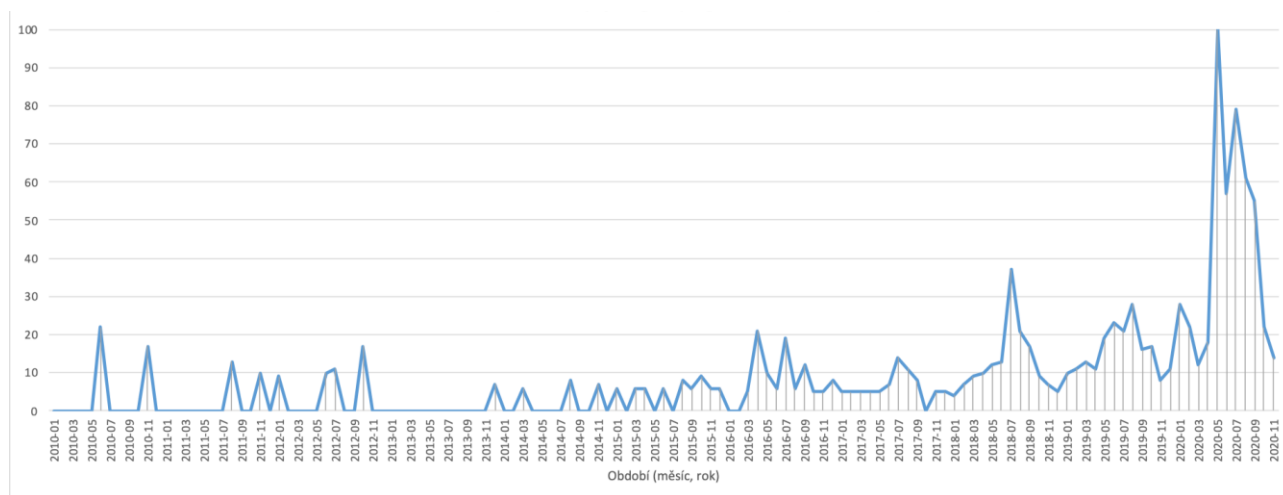
Zatímco v roce 2020 vyhledávali pojem glamping nejvíce obyvatelé téměř stejných zemí jako v roce 2019, pouze s mírným nárůstem obyvatel zemí evropských, liší se výrazně vyhledávané související pojmy. Ty se v roce 2020 týkají především jednotlivých glampingových resortů v Evropě, na rozdíl od roku 2019 nebo průměru za období 2015 - 2020, kdy byly vyhledávány více resorty mimoevropské. To určitě souvisí především s omezením možností cestování do zahraničí v důsledku Covid-19 krize a nárůstem domácího turismu a evropského turismu zaměřeného na blízké a sousední země.

Znázorněný růst popularity výrazu glamping na internetu, zmíněné oblasti největšího vyhledávání pojmu glamping zobrazené v obrázcích světových destinací uvedených v teoretické části této práce a vyhledávané společné pojmy - destinace, velmi blízce odpovídají vývoji glampingu ve 21. století a prostorovému rozložení ve světě, vymezenému v teoretické části práce.

4.2 Pojem glamping v Česku

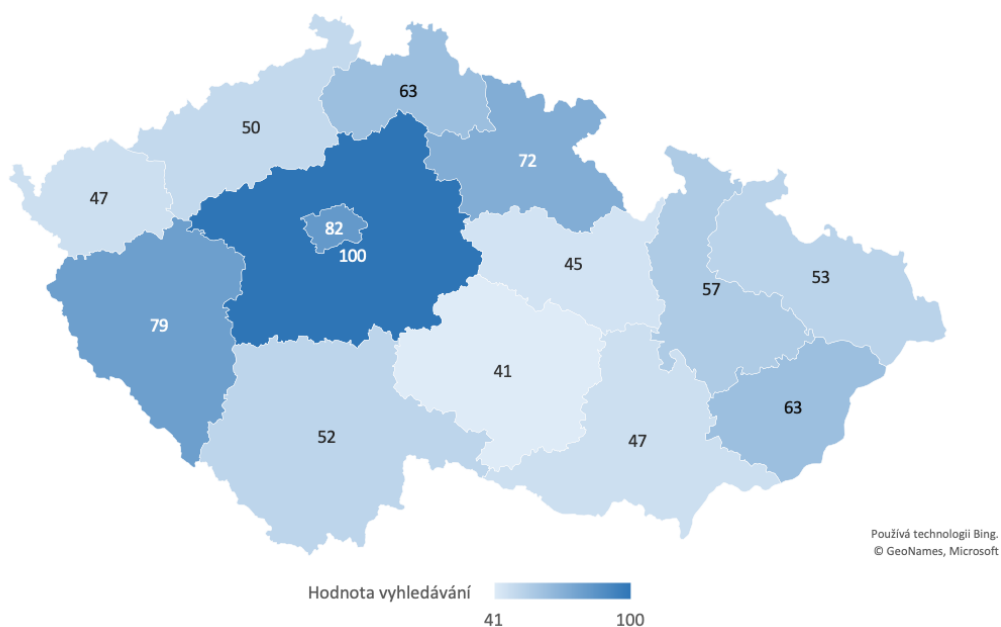
Na území Česka je první vyhledávání pojmu glamping zaznamenáno v červnu 2010 a od té doby je vyhledávání pouze občasné až do roku 2015, kdy pomalu a s ročními i sezónními výkyvy začíná trend vyhledávání růst a lidé se o glamping začínají čím dál více zajímat. Pojem glamping byl během posledních 10 let nejvíce vyhledáván mezi obyvateli Středočeského kraje, hlavního města Prahy, Plzeňského, Královéhradeckého, Libereckého a Zlínského kraje.

Graf 3: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2010-2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Obrázek 20: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2010-2020)

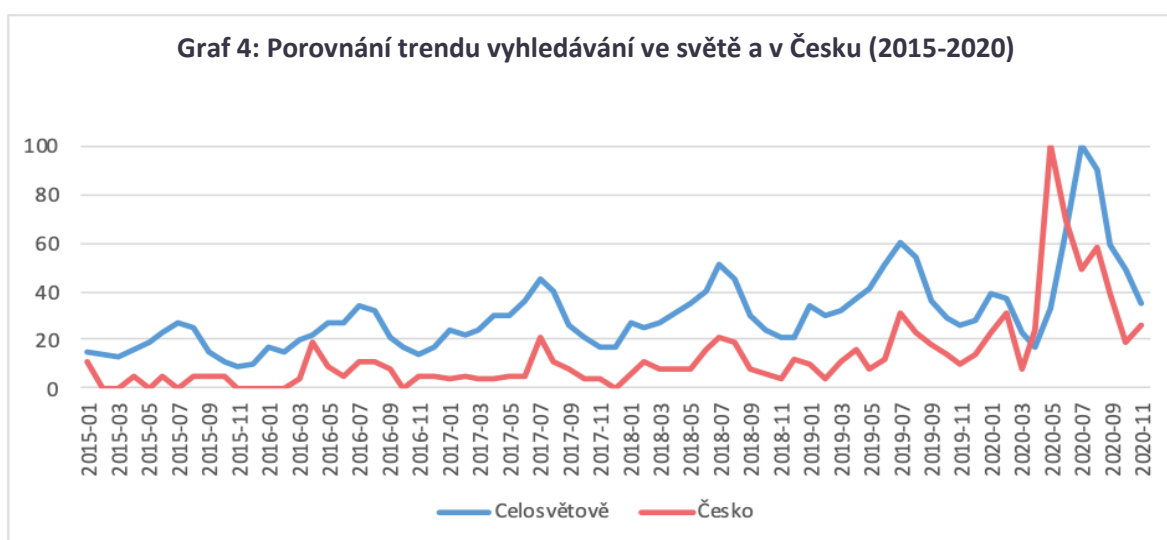


Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Nejčastější související pojmy a témata jsou Brdy, stan, ubytovací zařízení, Slovinsko, táboření, kemp, Bled, rekreační středisko, booking.com, Chorvatsko, pozemek, Dvůr Králové, týpí, Malešov, rybník, příroda a maringotka. Z těchto pojmů lze vyvodit, že Češi mají zájem o glamping především v Česku a také o destinace v zahraničí, a to ve Slovinsku a v Chorvatsku. Zároveň je z vyhledávaného pojmu pozemek zřejmé, že se informují nejen zákazníci, ale i potenciální provozovatelé.

Uvedený pomalý rostoucí vývoj vyhledávání pojmu odpovídá uvedenému rozvoji glampingu v Česku, kdy od roku 2013 vzrostla glampingová nabídka z jediného resortu ve Dvoře Králové (Těteková 2013) na celkem 7 glampingových zařízení v roce 2017.

Když porovnáme celosvětové trendy vyhledávání v období 2015-2020 s trendy v Česku, lze najít obdobný stoupající trend. V Česku je během analyzovaného období vývoje charakteristická výrazná sezónnost a vrchol vyhledávání je zřetelnější v jarních a letních měsících, ale oproti zbytku světa tu není tak jasná opakující se tendence dvou vrcholů vyhledávání v létě a v zimě.



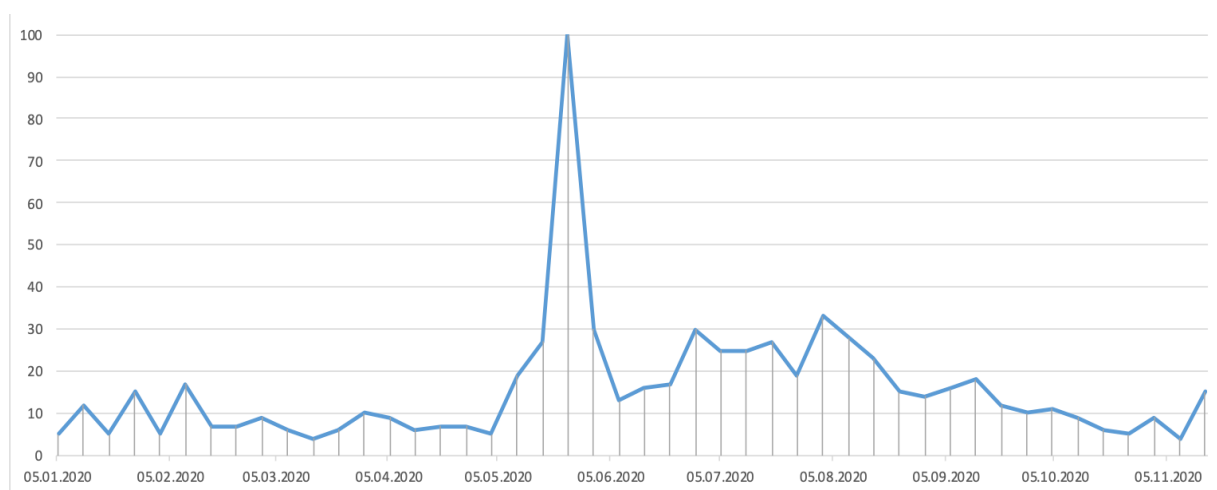
Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

Období roku 2020

V roce 2020 lze v Česku zaznamenat vysoký růst vyhledávání již od začátku roku a v lednu a únoru dosahuje téměř hodnot vyhledávání léta 2019. V březnu trend klesá a poté začíná znovu stoupat během dubna, přičemž vrcholu dosahuje v květnu, kdy počet vyhledávání vzrostl o 70 % oproti poslednímu maximu z července 2019. Během následujících letních měsíců je trend vyhledávání je oproti posledním rokům stále zřetelně vysoký.

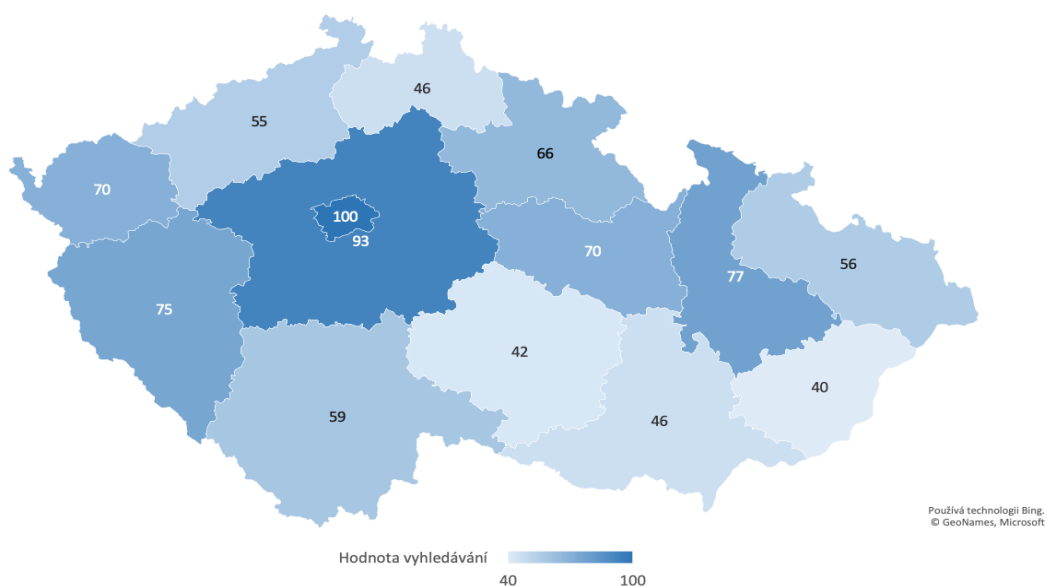
Pojem glamping byl během roku 2020 nejvíce vyhledávaný v hlavním městě Praze, Středočeském, Olomouckém, Plzeňském, Pardubickém, Karlovarském a Jihočeském kraji.

Graf 5: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

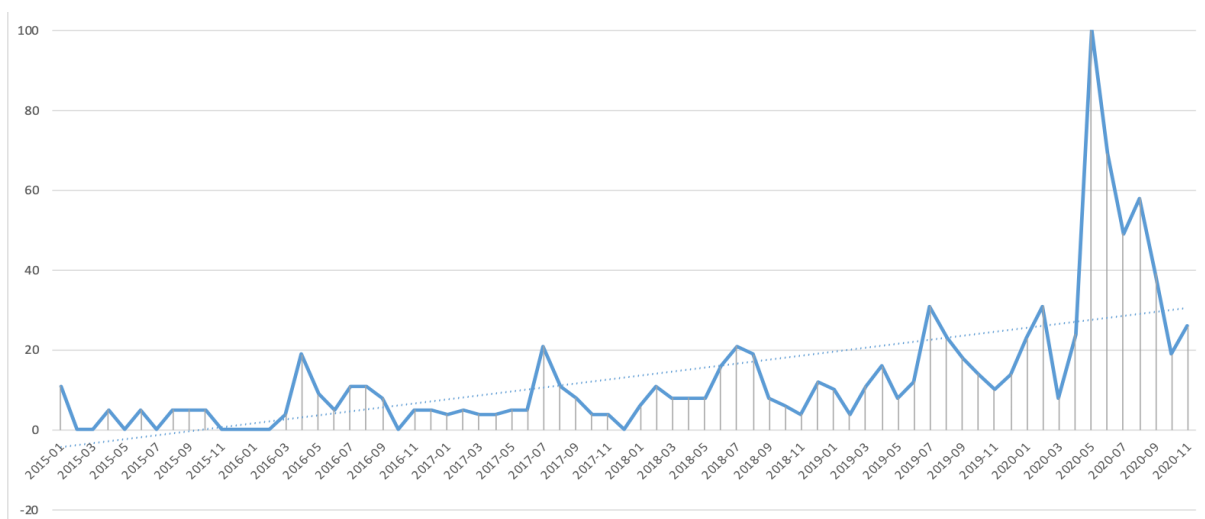
Obrázek 21: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

S vysokým vzestupem zájmu o pojem glamping může souviset situace ohledně Covid-19 krize, související vládní restrikce, omezení cestování a blížící se léto. V tu dobu nebylo jisté, zda bude možné cestování do ciziny a lidé se začínali zajímat o možnost dovolené v tuzemsku. S extrémním vzestupem v květnu může dále souviset vydání několika článků o glampingu na internetových serverech *Hospodářské noviny*, *cestujlevne.cz*, *cestolino.cz* a *forbes.cz*.

Graf 6: Četnost vyhledávání pojmu glamping v Česku (2015-2020)



Zdroj: GoogleTrends 2020, Vlastní zpracování

5. Analýza nabídky glampingu v Česku

Glamping je v Česku relativně nový produkt CR a v poslední době roste rychlým tempem, což lze rozeznat na grafech četnosti vyhledávání pojmu glamping uvedených v předchozí kapitole. I v důsledku toho v Česku zatím neexistuje žádný aktuální přehled glampingové nabídky, podle které by se dal glamping dále zkoumat, a proto jedním z hlavních bodů této práce bylo vytvořit přehledný seznam glampingové nabídky v tuzemsku a celkově ji charakterizovat.

Na základě mého individuálního výzkumu jsem došla k závěru, že na území ČR se nachází 64 zařízení s glampingovou nabídkou, 2 portály inzerující glampingové pobyty a minimálně 3 společnosti nabízející glampingové vybavení (viz tabulka 5). Během analýzy se zaměřím především na glampingové areály a objekty a okrajově také na portály nabízející glampingové pobyty.

V porovnání s rokem 2017 je zmíněná nabídka glampingu v Česku až neočekávaně rozsáhlá a je znatelné, že stále roste. Svůj provoz zahájilo v roce 2020 minimálně 17 nalezených areálů a jeden portál nabízející glampingové pobyty. Aktuálně jsem již zaznamenala další 3 zařízení, které plánují zahájit provoz v roce 2021 a velká část stávajících zařízení plánuje svou nabídku v příštím roce rozšířit o více objektů.

Tabulka 5: Nabídka glampingu v Česku

Přehled glampingové nabídky v Česku	Počet
Glampingové areály a objekty	64
Portály inzerující glampingové pobyty	2
Společnosti nabízející glampingové vybavení	3

Zdroj: Vlastní zpracování

Portály inzerující glampingové ubytování

Jediný český portál, který v rámci své široké nabídky jedinečného ubytování nabízí i glamping je portál Amazing places (dostupný na www.amazingplaces.cz). Jejich nabídka je především zaměřena na autentická místa, spojená s genius loci, přírodou a udržitelným turismem. Portál má v rámci ubytování samotnou kategorii „*Glamour camping*“, kde inzeruje celkem 16 glampingových areálů v Česku. Výkonná ředitelka Amazing places, Hana Krausová (2020) zmiňuje, že „*trendem posledních měsíců je na jejich portále právě glamping - týpí, stromové domy, maringotky předělané na krásné ubytování. Tato místa začala v Česku vznikat teprve někdy před dvěma lety*“ (Amazing places 2020). Portál přesně

cílí na cílovou skupinu glamperů a dostává glamping do povědomí zákazníků. Produkt Amazing places hodnotí pozitivně majitel inzerovaného areálu Resort Ralsko Gabriel (2020): „Obrovskou práci při zviditelnění glampingu v Česku dělá portál Amazing places. My jsme v jejich nabídce a inzerujeme přes ně, takže letos k nám přes tento portál jezdila spousta lidí s dárkovými vouchery“. To potvrzuje i Hrnčířik Hejduková (2020) z Teepee&Spa Pyskočely: „Lidé se o nás často dozví na portálu Amazing places, ty se hodně zabývají glampingem. Zákazníci si to poté zarezervují skrze náš web“.

Glampingové zážitky a ubytování začala v roce 2020 nabízet i agentura BPR Česko. Důvodem vytvoření této nabídky byly okolnosti Covid-19 krize, jak uvádí sama Fraňková (2020) z BPR: „My jsme eventová agentura, a protože díky Covid-19 byl obor eventů velmi omezený, napadlo nás v březnu 2020 vytvořit si vlastní glampingovou nabídku. Naším cílem je, abychom byli jednička na českém trhu v nabídce glampingů, a to se docela daří“. V nabídce mají 3 vlastní areály, které na jaře vytvořili, a dále spolupracují s dalšími dvěma areály v Česku. Pro příští rok rozšiřují nabídku a budou nabízet glampingové ubytování v Chorvatsku, prodej glampingových stanů a službu vytvoření glampingového zařízení na klíč.

Společnosti nabízející glampingové vybavení

Během analýzy jsem v Česku zaznamenala tři české společnosti, které nabízejí glampingové vybavení či stavbu glampingových objektů. Stavbu domečků na stromech nabízí společnost Treehouses a stavbu mobilních domů společnost MobileHut, které již realizovaly stavbu objektů pro některé areály v Česku. Společnost Chillvillage nabízí realizaci glampingových campů na hudebních festivalech. Lze předpokládat, že s rozšiřováním glampingových areálů v Česku, bude stoupat i zájem a poptávka po takovýchto službách, což může vést i ke zvýšení počtu společností nabízejících glampingové vybavení.

5.1 Geografické rozložení

Geografické rozložení glampingových areálů v Česku je jedním z hlavních bodů empirického výzkumu, důležitým pro analýzu nabídky a charakteristiku lokalizace glampingového turismu v Česku.

Glampingové objekty se v Česku nacházejí ve všech krajích, nejvíce objektů lze najít v Jihočeském a Středočeském kraji a dále také na severu republiky v Libereckém a Královéhradeckém kraji.

Tabulka 6: Počet glampingových areálů v krajích ČR

Kraj	Počet glampingových areálů	Kraj	Počet glampingových areálů
Hlavní město Praha	1	Královéhradecký	6
Středočeský	12	Pardubický	2
Jihočeský	18	Olomoucký	1
Plzeňský	2	Moravskoslezský	1
Karlovarský	1	Jihomoravský	2
Ústecký	4	Zlínský	3
Liberecký	6	Kraj Vysočina	5

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

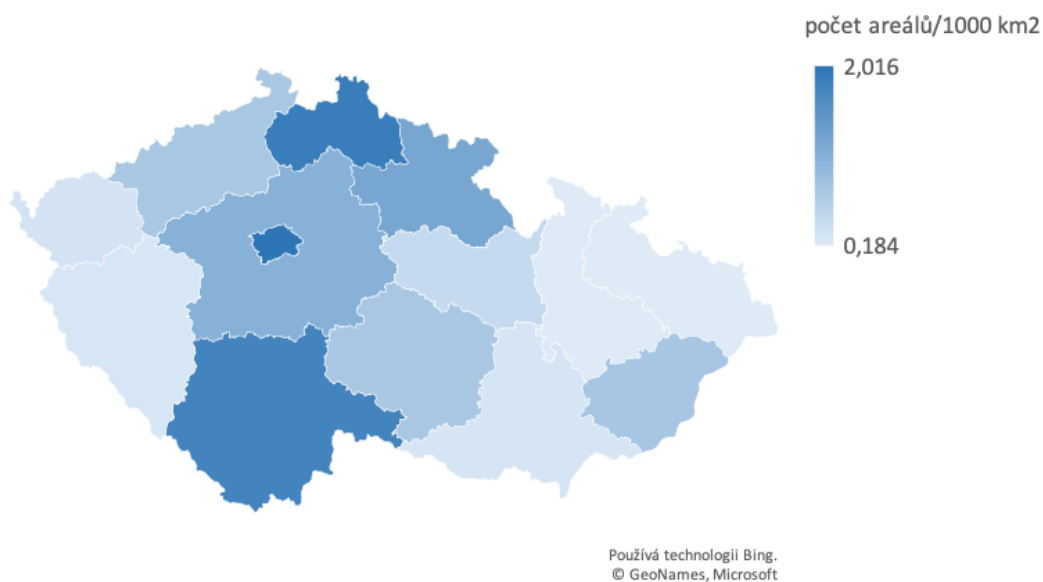
Koncentrace rozložení glampingových objektů lze vidět v tabulce 7, kde je jasně zřetelný vyšší počet objektů v Jihočeském, Libereckém a Královéhradeckém kraji jak v počtu areálů na rozlohu kraje, tak v intenzitě areálů na počet obyvatel. Přestože má kraj Vysočina 5 objektů, tak má díky relativně nízkému počtu obyvatel vysokou hustotu areálů na 100 000 obyvatel oproti Středočeskému kraji se 12 objekty, který má naopak vysokou koncentraci areálů na rozlohu a nízkou intenzitu vzhledem k vysokému počtu obyvatel. Stejný případ je zřetelný i v rámci Hlavního města Prahy, kde je díky malému území města a jednomu glampingovému objektu výrazná koncentrace areálů na 1000 km², avšak vzhledem k vysokému počtu obyvatel nejmenší hodnota intenzity počtu areálů na počet obyvatel. Relativně výraznější koncentraci i intenzitu glampingové nabídky má v porovnání se ostatními kraji na východě republiky Zlínský kraj, ačkoliv má pouze 3 glampingové areály.

Tabulka 7: Koncentrace a intenzita glampingové nabídky v krajích ČR

Kraj	počet areálů/1000 km ²	počet areálů/100 000 obyvatel
Hlavní město Praha	2,016	0,08
Středočeský	1,089	0,87
Jihočeský	1,790	2,79
Plzeňský	0,265	0,34
Karlovarský	0,302	0,34
Ústecký	0,750	0,49
Liberecký	1,897	1,35
Královéhradecký	1,261	1,09
Pardubický	0,443	0,38
Olomoucký	0,190	0,16
Moravskoslezský	0,184	0,08
Jihomoravský	0,278	0,17
Zlínský	0,757	0,51
Kraj Vysočina	0,736	0,98

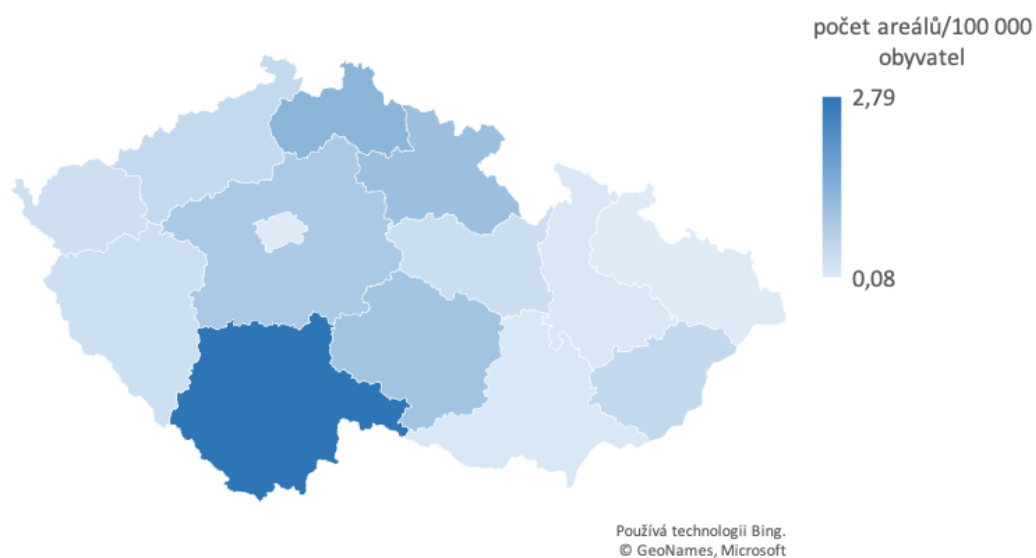
Zdroj: Vlastní zpracování, (ČSÚ)

Obrázek 22: Koncentrace glampingové nabídky v krajích ČR



Zdroj: Vlastní zpracování

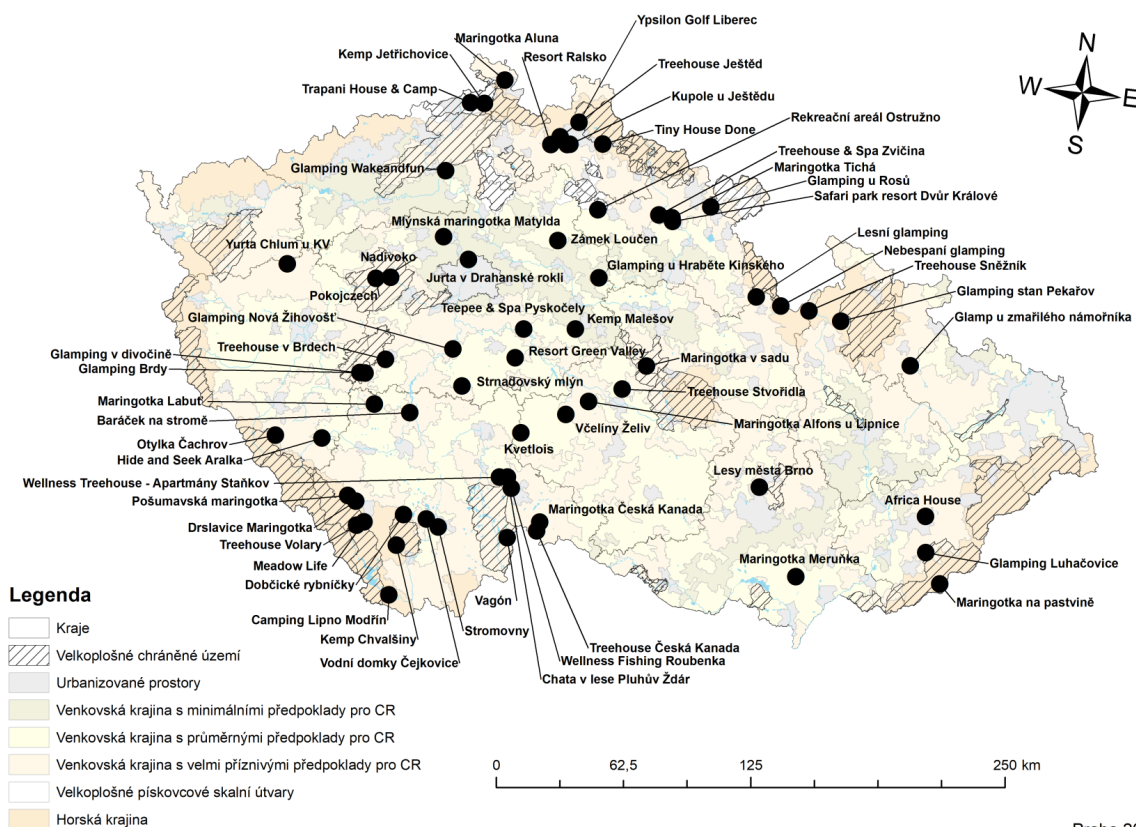
Obrázek 23: Intenzita glampingové nabídky v krajích ČR



Zdroj: Vlastní zpracování, (ČSÚ)

Všechny nalezené a určené glampingové areály a objekty byly umístěny do mapy ČR (obrázek 24) s podkladovou vrstvou rajonizace ČR, do níž jsou ještě přidány velkoplošná chráněná území. Tento charakter mapy byl zvolen z důvodu obecné lokalizace glampingu v přírodním prostředí. Větší verze mapy glampingových areálů v Česku z obrázku 24 je dostupná v Příloze 11.

Obrázek 24: Mapa glampingových areálů v Česku



Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Objekty glampingu jsou v Česku rozmístěny do všech regionů, s výraznější koncentrací především ve střední části republiky od hranic na severu s Německem a Polskem k hranicím na jihu s Německem a Rakouskem. Největší shluk glampingových objektů je na jihu země, především západně od Českých Budějovic a v okolí města Jindřichův Hradec. Další regionální shluky jsou zřetelné v přírodním okolí města Liberec a Dvůr Králové nad Labem.

V porovnání se středem, jihem a severem Česka je zřejmá výrazná absence glampingových objektů na západě a východě republiky. Regionální absence objektů na západě republiky částečně odpovídá oblasti německých Sudet, hlavně regionu *Egerland*, který je z historických důvodů chudší než zbytek republiky. Druhá výrazně menší koncentrace objektů je viditelná na území Moravy a Slezska, s výjimkou menšího shluku tří objektů na Zlínsku. Právě území Moravy a Slezska je spíše tradiční oblastí a je možné, že se zde nový trend glamping prosazuje pomaleji.

Plošně nelze určit žádné výraznější koncentrace glampingu, a proto je důležité určit spíše charakter území a typy krajiny, ve kterých se glamping lokalizuje.

Glampingové objekty se nejčastěji vyskytují ve venkovské krajině s velmi příznivými předpoklady pro CR a také v horské krajině, které jsou obě vysoce atraktivní pro přírodní CR.

Celkem 10 objektů se vyskytuje v krajině s průměrnými předpoklady pro CR a 3 objekty v krajině velkoplošných pískovcových útvarů České Švýcarsko a Prachovské skály. V urbanizovaném prostoru se vyskytují celkem 3 objekty, které v předchozí části práce zařazují do kategorie glamping součástí ubytovací nabídky - Jurta v Dražanské rokli na okraji Prahy, Safari Park resort ve Dvoře Králové a Africa House v blízkém zázemí Zlína. Pouze jeden objekt se vyskytuje v krajině s minimálními předpoklady pro CR a to Mlýnská Maringotka Matylda, která stojí na zahradě ve vesnici Olovnice západně od Prahy.

Tabulka 8: Rozložení glampingu v jednotlivých typech krajiny

Typ krajiny	Počet areálů	Zastoupení areálů v krajině
Horská krajina	18	28,20 %
Venkovská krajina s příznivými předpoklady pro CR	29	45,30 %
Venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro CR	10	15,60 %
Venkovská krajina s minimálními předpoklady pro CR	1	1,50 %
Urbanizované prostory	3	4,70 %
Pískovcové skalní útvary	3	4,70 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Zároveň přibližně polovina objektů se vyskytuje na velkoplošném chráněném území nebo v jeho těsné blízkosti. Jsou to především území NP a CHKO Šumava, NP České Švýcarsko, CHKO Blanský les, Třeboňsko, Brdy, Křivoklátsko, České Středohoří, Labské Pískovce, Jizerské hory, Český ráj, Orlické hory, Jeseníky, Bílé Karpaty a Železné hory.

Pro určení přesné typologie prostředí, ve kterém se glampingové objekty nacházejí, bylo v rámci analýzy nabídky určeno přesné prostředí jednotlivých objektů - lesní plochy, trvale travní porosty a vodní plochy. To bylo určeno především z fotek areálů a objektů, satelitních snímků a v několika případech osobním terénním výzkumem. Objektům bylo přiřazeno dané prostředí pokud se nacházely v jeho bezprostřední blízkosti cca 0 - 50 metrů.

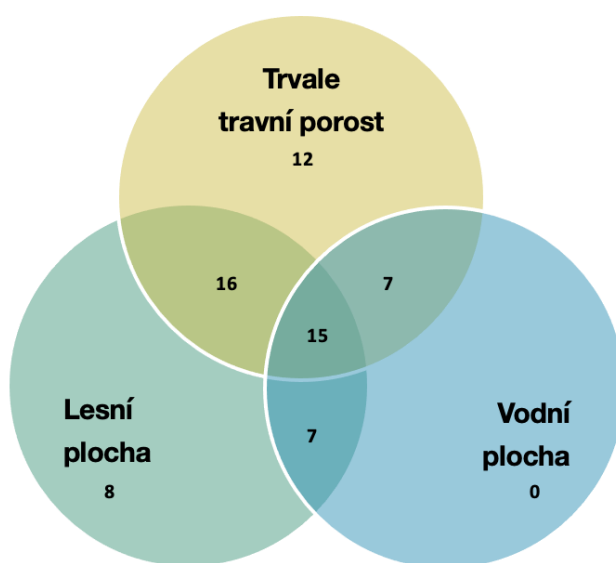
Celkem se v prostředí lesa nachází 46 objektů (72 %), přičemž do prostředí lesní plochy byla v jednom případě zařazena i obora. Do kategorie trvale travního porostu byly zařazeny louky, zahrady, staré sady, campingové louky, safari, lesní paseky, parky a golfové hřiště. V prostředí trvale travního porostu se

tedy nachází 50 glampingových objektů (78 %), z nichž ve 26 případech se jedná o louku, v 9 o zahradu, v 5 o campingovou louku a v 5 o sad.

V blízkém prostředí vodní plochy, do které jsou zařazeny rybníky, jezera, přehrady a řeky se nachází 29 objektů (45 %). U rybníků se nachází 18 objektů, u řek Sázava, Litavka, Berounka, Labe a Želivka celkem 6 objektů a u každé z přehrad Lipno, Slapy a Slezská Harta po jednom objektu.

Nejčastějším přírodním prostředím glampingu jsou tedy lesní plochy a trvale travní porosty, zároveň se v okolí vodní plochy nachází téměř polovina objektů. Je tak evidentní, že časté jsou především kombinace více typů přírodního prostředí, jak je zřetelné z následujícího Vennova grafu na obrázku 25.

Obrázek 25: Rozložení glampingových objektů v krajině



Zdroj: Vlastní zpracování

Umístění glampingu v přírodním prostředí zajišťuje splnění jednoho z hlavních důvodů poptávky po glampingu, a to relativní pocit soukromí hostů. V rámci terénního výzkumu jsem však došla k závěru, že některé glampingové objekty jsou blíže jiným stavbám - objektům druhého bydlení, campům a cestám než se vizuálně zdá z nabídky fotek na jejich webových stránkách, a pocit soukromí tedy může být omezený.

Největší 3 shluky glampingových areálů - západně od Českých Budějovic (8 areálů), v okolí Jindřichova Hradce (6 areálů) a v okolí Liberce (6 areálů) leží v horské nebo venkovské krajině s velmi příznivými předpoklady pro CR. Dohromady tyto shluky tvoří téměř jednu třetinu české nabídky glampingu.

Území jejich výskytu je atraktivní členitým reliéfem, lesy a loukami v podhůří Šumavy v případě shluku glampingových areálů západně od Českých Budějovic a Jizerských hor v případě shluku glampingových

areálů v okolí Liberce. V případě shluku v okolí Jindřichova Hradce a částečně i Českých Budějovic je krajina atraktivní v důsledku kombinace rybníků, lesů, luk a zvlněného povrchu. Zároveň všechny zmíněné shluky zasahují na území chráněných krajinných oblastí - CHKO Šumava, CHKO Blanský les, CHKO Třeboňsko a CHKO Jizerské hory a maloplošných chráněných území PR Ralsko a PP Česká Kanada. Všechny tyto největší shluky leží v blízkosti státních hranic, což je však spíše, než zacílením destinace na turisty ze sousedních států dáno atraktivním horským povrchem, který hranice Česka tvoří.

Aktivity spojené s glampingovým pobytem

Spolu s určením typické krajiny pro glamping bylo v rámci práce zkoumáno, zda je pro hosty důležitá především atraktivní lokalita samotného objektu, nebo turistická atraktivita okolí, tedy možnost aktivit a výletů.

Na svých webových stránkách nabízejí všechny glampingové objekty jak nabídku aktivit v areálu - např. wellness, tak seznam míst a turistických cílů k navštívení během pobytu v areálu.

K určení toho, co vlastně hosté během glampingové dovolené dělají, byla během rozhovorů položena provozovatelům otázka „*Jak tráví čas vaši zákazníci?*“. Provozovatelé se shodli na tom, že zákazníci většinou během pobytu zůstávají v areálu, odpočívají a využívají aktivit v areálu - rybaření, wellness, koupání, pozorování přírody.

Pešek (2020) z Hide and seek tato tvrzení podporuje: „*Velmi často slyším, že lidé zůstali vevnitř, jenom leželi, koukali na krajinu a četli knížky z místní knihovny a koupali se v jezeře. Samozřejmě dělají také výlety, ale často slyším, jak v Arance zpomalí a relaxují*“. Zmíněné aktivity lze v areálech uskutečnit především díky atraktivnímu přírodnímu prostředí místa a okolí, ve kterém se areál nachází - lesy, vodní plochy a zvlněný reliéf.

Kromě možnosti rekreace v areálu hosté podnikají výlety do přírodního okolí, chodí na pěší výlety, houbaří a jezdí na kole. Právě pro cyklisty je atraktivní Resort Ralsko, jak zmiňuje majitel Gabriel (2020): „*Tady ta lokalita je strašně zajímavá v tom, že je tu spousta cyklostezek a za lesem je bývalý vojenský prostor Ralsko. Ten prostor nebyl přes 30 let přístupný, protože tam trénovali Rusové s tanky. Je tam obrovské množství vyasfaltovaných cestiček v bezvadném stavu na kolo a na houby a stále se o tom moc neví. Takže tu je úžasný prostředí a okolí, a za druhé je to stále neobjevené a lidé jsou tu sami*“.

Hosté dále navštěvují i místní obce a známé turistické destinace v blízkém okolí. Například v Maringotce Tichá je oblíbenou destinací Zoo safari park Dvůr Králové, v Dobčických rybníčcích vesnice Holašovice a v Kempu Malešov blízka Kutná hora, které jsou obě na seznamu světového dědictví UNESCO. Sám majitel Slačálek (2020) si o Kempu Malešov myslí, že je z části populární díky lokaci blízko Kutné hory „*protože to je velký turistický cíl, ale myslím že celkový koncept našeho areálu je úspěšný*“.

Z odpovědí respondentů vyplývá, že nejdůležitější je samotné přírodní prostředí areálu a jeho blízkého okolí a především zážitek, který areál nabízí.

Tabulka 9: Aktivita spojené s glampingem

Aktivita	Příklad aktivity
Odpočinek, relaxace	Pozorování přírody, četba
Aktivita v areálu	Wellness, rybaření, koupání, grilování
Výlety do přírodního okolí	Houbaření, pěší výlety, cyklistika
Návštěvy turistických destinací v blízkém okolí	Kutná Hora, Hlavoňovice, Zoo safari park Dvůr Králové

Zdroj: Vlastní zpracování

Doprava do glampingového areálu

Jednou z dalších otázek, která má vztah k lokalizaci glampingových areálů a byl v rámci této práce posuzování, je způsob dopravy do areálu. Provozovatelé glampingových areálů byli dotazováni, jaký dopravní prostředek využívají jejich zákazníci pro dopravu do areálu. Tázání provozovatelé se shodli na tom, že zákazníci přijedou v 99 % autem a pouze malá část hostů během roku přijede vlakem či autobusem.

Shrnutí

Glamping v Česku se koncentruje ve vysoce atraktivní přírodní krajině - venkovských a horských oblastech s příznivými předpoklady pro CR a v blízkosti NP a CHKO. Lze tedy konstatovat, že glampingové destinace jsou v Česku oblasti s kvalitním přírodním prostředím. Právě kvalitní přírodní prostředí je jedno v nejdůležitějších předpokladů destinace glampingu, a to nejen na území České republiky.

Nejvyšší koncentrace glampingových areálů je ve střední části republiky v pruhu od Libereckého a Královéhradeckého kraje přes Středočeský kraj a Vysočinu po Jihočeský kraj, ve kterém se vyskytují dvě ze tří největších regionálních koncentrací glampingu v Česku.

5.2 Typologie glampingu

Následující kapitola se zabývá obecnou charakteristikou glampingu v Česku a analyzuje typy objektů a areálů, jejich vybavu a vztah k udržitelnosti. Dále se také věnuje analýze sezónnosti areálů a charakteristice glampingového účastníka.

Typy objektů

Glampingové objekty a resorty v Česku se velmi liší svou charakteristikou a typem jednotlivých objektů. V následujících odstavcích jsou nejprve vymezena glampingová zařízení vyskytující se v Česku podle typu objektu a ty jsou poté dle jejich charakteristiky zařazeny do základních segmentů a skupin dle charakteristiky glampingu v teoretické části práce.

V Česku se nachází velké množství různorodých typů glampingových objektů, když i v rámci jednoho areálu lze najít více druhů jednotlivých typů objektů. Tyto typy se vzájemně liší strukturou, stavebním materiálem, designem i velikostí nebo třeba počtem lůžek.

Důvodem této rozdílnosti je fakt, že většina glampingových zařízení v Česku je menšího charakteru s jedním nebo malým počtem objektů a majitelé si svůj objekt často vytvářejí a upravují podle svých představ. Objekty stejného typu a designu v rámci jednoho areálu lze v Česku najít ojediněle.

Tabulka 10: Typy glampingových objektů v Česku

Typ	Počet areálů	Počet jednotlivých objektů
Jedinečné dřevěné stavby	21	50
Stany	16	67
Karavany	14	16
Malé mobilní domy a objekty	7	15
Kopule	5	8
Jurty a týpí	5	12
Větší stavby	3	3

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Jedinečné dřevěné stavby

Nejčastějším typem glampingových objektů jsou v Česku jedinečné dřevěné stavby, pod které se řadí domy na stromech „treehouses“, posedy, chatičky a domečky na vodě, hausbóty a africké bungalovy. Zařízení, která mají ve své nabídce tento typ objektů, je v Česku 21 a celkem je na území České republiky těchto jedinečných dřevěných objektů 50. Zajímavé je, že všechny tyto typy objektů jsou umístěny v lese nebo v bezprostřední blízkosti lesa s výjimkou areálu Safari park resort Dvůr Králové,

kde se bungalovy nacházejí na safari v rámci zoologické zahrady. Celkem 8 z těchto objektů nabízí i wellness a součástí objektů jsou horké lázně, sauny a sauny.

Tabulka 11: Jedinečné dřevěné stavby

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Jedinečné dřevěné stavby	Domy na stromech „treehouses“, posedy, domečky na vodě, hausbóty, bungalovy; časté wellness zázemí	21	50	Les nebo rybník	Dobčické rybníčky, Resort Ralsko, Treehouse Ještěd

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Domy na stromech „treehousy“ a posedy jsou v této kategorii nejvíce zastoupeny a nabízí je 18 z uvedených 21 zařízení. Všechny treehousy se nacházejí v lese nebo na jeho okraji. Domečky na vodě, které v Česku stojí na rybnících a jsou méně časté a nabízí je například jedno z prvních glampingových zařízení v Česku - Dobčické rybníčky a také Vodní domky Čejkovice. V areálu Ypsilon Golf Liberec je na rybníku u golfového hřiště uctveno nových 10 hausbótů, nabízejících netradiční a klidnou alternativu golfového ubytování.

Treehousy a domečky na vodě se vyskytují v menších areálech, jejichž nabídka je v řádu jednoho až třech objektů s výjimkou Dobčických rybníčků s 6 objekty. Vzhledem k malé velikosti těchto areálů, zázemí lesa, vodní plochy a netradičního typu ubytování nabízí tato skupina velký zážitek a odpočinek v obklopení přírody a dostatek samoty a soukromí.

Foto 1: Dobčické rybníčky



Zdroj: Vlastní, 27.7.2020

Stany

Glamping ve stanech je jedním z nejpopulárnějších typů v Evropě a jinak tomu není ani v ČR, kde jsou stany nejčastějším typem glampingového ubytování hned po jedinečných dřevěných stavbách a tvoří nabídku 16 zařízení. Počet jednotlivých objektů tohoto typu je nejvyšší a dohromady se v Česku vyskytuje 67 glampingových stanů. Kromě tradičních safari stanů, stanů ve tvaru zvonu a stanů s podsadou lze v Česku najít i stany na stromě „treehouse stany” v Safari parku Dvůr Králové nebo historické stany v Kempu Malešov.

Právě Kemp Malešov je inspirovaný středověkým vojenským táborem a stany jsou zdobeny velkoformátovými tisky středověkých iluminací (Malešov 2020).

Tabulka 12: Stany

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Stany	Safari stany, stany ve tvaru znovu, stany s podsadou, historické stany, „treehouse stany“	16	67	Les, louka nebo rekreační areál	Kemp Malešov, Lesní glamping, Glamping Nová Žihovošť

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Glampingové areály s glampingovými stany lze rozdělit na dvě skupiny. První skupinu tvoří samostatné glampingové objekty např. lesní glamping nebo glamping v divočině, které mají většinou jeden až tři stany, umístěné v lese nebo na louce a poskytují soukromí a klid. Rozsáhlejší druhou skupinu tvoří větší areály - campy, hotely, penziony, které začlenily glampingové stany do své stávající ubytovací nabídky a nabízejí mnohdy vyšší počet stanů.

Foto 2: Lesní glamping



Zdroj: www.lesniglamping.cz

Karavany

Třetím nejčastějším typem glampingových objektů v Česku je kategorie karavanů a především maringotky, které nabízí celkem 13 míst. Celý areál většinou tvoří jedna až dvě staré, ale moderně přestavěné a zařízené maringotky, které jsou umístěny na loukách a v podhorských oblastech např. *Maringotka na pastvině* v Bílých Karpatech nebo ve starých ovocných sadech např. *Maringotka v sadu*

nebo *Maringotka Meruňka*. Stylově přestavěná je i *Maringotka Alfons u Lipnice*, která má bohatou minulost a bývala součástí cirkusu Berousek. Do této kategorie patří i vlakový vůz *Vagón* na Třeboňsku, přetvářený na glampingové ubytování s možností wellness vyžití.

Tabulka 13: Karavany

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Karavany	Přestavěné maringotky, vlakový vůz	14	16	Louky v podhorských oblastech, sady	Drslavice Maringotka, Maringotka na pastvině, Maringotka Meruňka

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Foto 3: Glamping na Pastvině



Zdroj: www.maringotkanapastvine.com

Malé mobilní domy a objekty

Modernějším typem glampingového ubytování v Česku jsou malé mobilní domy a objekty, které se inspirovaly maringotkami a novým fenoménem bydlení v minimalistických domech tzv. „tiny houses”. Glampingové ubytování v moderních mobilních domech lze najít v areálu *Včelíny Želiv*, pod pojmem „hutka” v *Glamping Luhačovice* nebo v *Tinyhousedone Beldov*. Právě společnost *Tinyhousedone* vytvářejí projekty mobilních domků a chatiček, které jsou velmi blízké glampingu a modernímu minimalistickému stylu druhému bydlení v přírodě. Do této kategorie spadá i projekt *Hideandseek* a jejich udržitelné objekty *Aranka*, které lze zařadit pod glamping, a cílí na zprostředkování silného osobního zážitku v přírodě v objektu využívajícím pouze obnovitelné zdroje. Dále sem patří malé chaty a objekty pod názvem „pods” nebo „viking houses” v rekreačních areálech. Všechny zmíněné objekty se v Česku nacházejí na pomezí trvale travního porostu a lesních ploch.

Tabulka 14: Malé mobilní domy a objekty

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Malé mobilní domy a objekty	Moderní a udržitelné mobilní domy „hutka”, „pods”, „viking houses”	7	15	Pomezí louky a lesa	Glamping Luhačovice, Hide and Seek Aranka, Strnadovský mlýn

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Foto 4: Glamping Luhačovice



Zdroj: www.glampingluhacovice.cz

Kopule

Typ glampingových objektů ve tvaru kopule se v Česku vyskytuje pod názvem geodetická kopule nebo „Igloo“ a tvoří nabídku 5 glampingových míst, kde ve 2 případech - Resort Green Valley a Rekreační areál Ostružno pouze doplňují stávající glampingovou nabídku treehousů. Glamping Brdy, jeden z nejpopulárnějších českých glampingů, nabízí svým hostům 3 kopule a součástí areálu je i horká lázeň a sauna. Velmi podobně lze charakterizovat i nově otevřený glampingový areál Kopule u Ještědu, nabízející 2 kopule a wellness zařízení. Kopule jsou téměř ve všech případech situovány v prostředí lesa, aby dokázali nabídnout dostatečné soukromí vzhledem k tomu, že jsou z části tvořeny průhlednou fólií.

Tabulka 15: Kopule

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Kopule	Geodetická kopule, „Igloo“	5	8	Les	Glamping Brdy, Kopule u Ještědu, Rekreační areál Ostružno

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Foto 5: Glamping Brdy



Zdroj: www.glampingbrdy.cz

Jurty a Teepee

Stejně jako kopule, tak i Jurty a Teepee tvoří poměrně malou část glampingové nabídky v Česku. Jediné glampingové teepee se vyskytuje pouze v oblíbeném areálu Teepee & Spa Pyskočely a jurty ve 4 objektech např. Yurta Chlum nebo Camping Lipno Modřín, kde jsou situovány na zahradách či campingových loukách.

Tabulka 16: Jurty a Teepee

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Jurty a Teepee	Jurta, týpí	5	12	Louky, zahrady	Teepee & Spa Pyskočely, Yurta Chlum, Camping Lipno Modřín

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Foto 6: Teepee & Spa Pyskočely



Zdroj: www.teepee-spa.cz

Větší glampingové stavby

Nejméně častými typy objektů v rámci glampingu jsou v ČR větší stavby - dřevěné chaty, které jsou ve všech třech nalezených případech situovány v jižních Čechách v lese na břehu rybníka. Tyto glampingové objekty nabízejí hostům wellness a možnost rybaření v přilehlém rybníku.

Tabulka 17: Větší glampingové objekty

Typ	Charakteristika	Počet zařízení	Počet jednotlivých objektů	Typické prostředí	Příklad areálu
Větší stavby	Chata, wellness zázemí	3	3	Les, rybník	Chata v lese Pluhův Ždár, Wellness Fishing Roubenka, Wellness Treehouse - Apartmány Staňkov

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

Foto 7: Wellness Fishing Roubenka



Zdroj: www.wellnesslive.cz

Charakteristika glampingových areálů

Dalším způsobem, jak lze charakterizovat a vymezit glampingová zařízení v Česku, je na základě typologie 4 segmentů glampingu vytvořených Otten (2019) v Nizozemí. V následující tabulce lze vidět vymezení nalezených objektů v rámci 4 segmentů glampingu dle Otten (2019), které je charakterizováno v teoretické části práce.

Tabulka 18: Charakteristika glampingových areálů

Segment	Počet zařazených objektů	Příklad objektu
glamping nature	30	Maringotka Meruňka, Dobčické rybníčky, Resort Ralsko
glamping camping	12	Glamping Nová Žihovošť, Resort Green Valley
glamping village	3	Ypsilon Golf Liberec, Kemp Malešov
glamping experience	19	Lesní glamping, Hide and Seek Aranka, Treehouse Sněžník

Zdroj: Vlastní zpracování (dle Otten 2019)

Segment s nejvíce objekty v ČR je „*glamping nature*“, který se vyznačuje menším počtem objektů a klidným ubytováním v přírodě. Druhý segment s 19 objekty je „*glamping experience*“, charakteristický jedním speciálním a nevšedním ubytováním, zprostředkovávající silný zážitek.

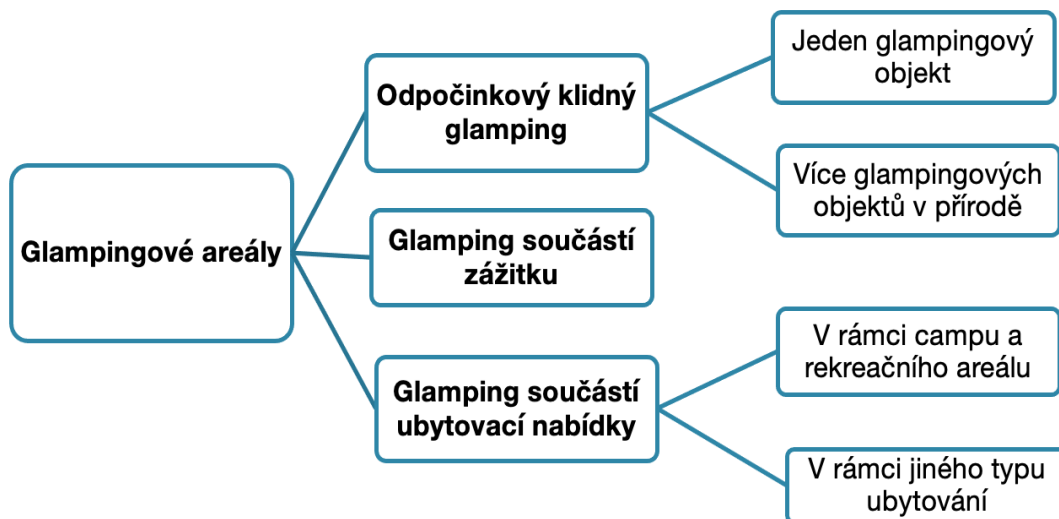
Do segmentu „*glamping camping*“ byly ke campingovým areálům přidány i rekreační areály, penziony a hotely, které mají součástí své nabídky právě glamping. Do tohoto segmentu lze v ČR zařadit celkem 12 zařízení. Poslední segment se třemi glampingovými zařízeními je „*glamping village*“, do kterého se řadí větší glampingové areály. Obecně lze glampingové areály v Česku v rámci převahy segmentu „*glamping nature*“ a „*glamping experience*“ charakterizovat spíše jako menší areály, zaměřené na odpočinek a zajímavé ubytování.

Vymezení glampingu pouze do 4 segmentů dle Otten (2019) neodpovídá dle mého názoru struktuře a charakteru nalezené české nabídky glampingu v Čechách, a proto jsem vytvořila vlastní vymezení do skupin, inspirované Ottenovou (2019) segmentací.

Glampingové areály byly rozděleny do 3 skupin dle jejich společné charakteristiky a dále do podskupin viz obrázek 26. Tři hlavní skupiny jsou *odpočinkový glamping*, *glamping součástí zážitku* a *glamping součástí ubytovací nabídky*. Díky tomuto rozdělení mohou následně charakterizovat typy glampingu,

které v Česku lze najít. Přesto je vzhledem ke specifičnosti některých glampingových areálů možné, že svou charakteristikou odpovídají více vymezeným kategoriím.

Obrázek 26: Vymezení glampingových areálů



Zdroj: Vlastní zpracování

Odpočinkový klidný glamping

Kategorii *odpočinkového klidného glampingu* lze charakterizovat jako menší areály v bezprostřední blízkosti divoké přírody - lesních ploch, trvale travních porostů - luk a rybníků, jejichž cílem je zprostředkovat především odpočinek a nevšední zážitek. S přírodou a odpočinkem je spojena i vyšší přírodní udržitelnost těchto objektů. Tato kategorie je v Česku nejpobulárnější a řadí se do ní celkem 45 glampingových areálů. Kategorii dále dělím na dvě podskupiny dle velikosti areálů a počtu objektů. Areálů s jedním glampingovým objektem je celkem 32 a v Česku jsou tak nejčastější. Velká část objektů této podskupiny je lokalizována na soukromých pozemcích - zahradách a loukách, blízko zázemí domu nebo chalupy a jejich majitelé je provozují z nadšení k místu a berou je jako formu přivýdělku.

Dva a více objektů má celkem 13 areálů, většina z nich má však pouze dva nebo tři objekty v rámci jednoho areálu s výjimkou Dobčických rybníčků, které mají dohromady 6 různých chatiček na vodě a u vody. Přestože má tato podskupina více objektů v jednom areálu, jsou vždy rozmístěny daleko od sebe a nehrozí tedy omezení soukromí a klidu návštěvníků. Třetina těchto objektů zároveň disponuje wellness zařízením, které zvyšuje možnost relaxace během pobytu. Většina areálů této podskupiny je již veřejností více známá pod pojmem glamping a je i více inzerována.

Glamping součástí zážitku

Kategorii *glamping součástí zážitku* lze charakterizovat jako glampingové ubytování, jehož hlavní záměr je zprostředkování určitého tematického zážitku (mimo zážitek z přírody a samotného glampingového ubytování). Tato kategorie glampingu je velmi speciální a v Česku do ní mohu zařadit pouze 5 areálů - Safari park resort Dvůr Králové, Kemp Malešov, Glamping Wake&Fun, Glamping u Hraběte Kinského a Nadivoko, které se i mezi sebou velmi liší.

Safari park resort Dvůr Králové je velký areál zoologické zahrady ve stylu safari, jehož součástí je i ubytovací komplex nabízející glampingové ubytování ve stanech a afrických bungalovech (safari-park-resort.cz 2020). Celkem 21 glampingových objektů je situováno ve středu zoologické zahrady a je z nich přímý výhled na divokou africkou zvěř, což vytváří silný zážitek ve stylu cestování na africké safari. Právě luxusní campování na safari je základním pilířem vzniku glampingu a návštěvník si ho ve Dvoře Králové může vyzkoušet bez nutnosti dalekých cest.

Kemp Malešov, otevřený v roce 2019, je specifický v tom, že je dle majitele Slačálka (2020) „*jako jediný pojatý středověkým způsobem a je unikátní nejenom v Česku*“ a má připomínat středověký vojenský tábor. V kempu si návštěvníci mohou vybrat jeden z celkem 8 středověkých stanů, které jsou „*upravené pro moderního člověka, mají koupelny a jsou pokud možno spíše autentičtější než kýčovitě*“ (Slačálek 2020). Součástí areálu je kamenná horká lázeň, pivovar a středověká krčma, kde se vaří podle opravdových středověkých receptů, které jsou „*zmodernizované ne ve smyslu ingrediencí, ale ve smyslu přípravy, aby to bylo požitelné pro dnešního člověka*“ (Slačálek 2020). Celý areál se nachází pod středověkou tvrzí ze začátku 14. století, kde je pro návštěvníky připravená úniková hra. Slačálek (2020) poznamenává, že unikátnost areálu „*nedělá jenom situování do středověku, ale kombinace celého komplexu středověké krčmy, pivovaru, kempu, tvrze a přilehlého rybníku*“.

Foto 8: Kemp Malešov



Zdroj: Vlastní, 8.9.2020

Glampingový stan Wake&Fun patří do nabídky glampingového portálu BPR Česko a je spojený především s aktivitami v areálu Wake & Tun Třebonice. Dle Fraňkové (2020) byla destinace pro tento glampingový stan zvolena z důvodu „*spojení ubytování s aktivitami wakeboardu, aby to bylo atraktivnější. Glamping je tu spíš doplňková služba a jiný druh campování a oslovuje především lidi, co jsou zvyklí tam jezdit a rádi provozují wakeboarding*“. BPR nabízí i Glamping u Hraběte Kinského, kde mají návštěvníci na výběr ze tří stanů v oboře u zámku rodu Kinských. Jak poznamenává Fraňková (2020): „*Tam je to atraktivní díky neskutečnému klidu a oboře českého safari, kde má pan Kinský daňky, muflony a vysokou zvěř, která se tam volně potuluje*“.

Nadivoko je projekt, který nabízí zážitek spojený se skvělou pětichodovou večeří a atmosférou divoké louky, ovocného sadu a rozpadlého mlýna uprostřed lesů CHKO Křivoklátsko (nadivoko.cz 2020). Tento gastro zážitek je spojený s přespáním v jednom ze 13 moderně zařízených stylových stanů s podsadou. Projekt Nadivoko byl autorkami založen v roce 2020 v důsledku Covid-19 krize a opakoval se několikrát od června do září.

Do kategorie glamping součástí zážitku lze mimo výše zmíněných objektů spojených s historickým, gastro a sportovním zážitkem nebo zážitkem ve stylu safari zařadit i glamping na kulturních a hudebních festivalech, který je velmi populární v západní Evropě. V Česku nabízí glampingové vybavení a ubytování na hudebních festivalech v prostorných zařízených stanech ve tvaru zvonu česká společnost Chill Village. Jejich stany, které mají celkovou kapacitou až 1300 osob, lze nalézt na

hudebních festivalech Let It Roll, Beats 4 Love, Rock for People, Colours of Ostrava, Pekelný ostrov a také na festivalech v Rakousku, Slovensku a Rumunsku (chillvillage.cz 2020). Tento typ glampingové nabídky tvoří pouze doplňkovou ubytovací službu, kde hlavní zážitek tvoří především sám festival.

Glamping součástí ubytovací nabídky

Třetí a poslední kategorií mého vymezení glampingových areálů je kategorie *glamping součástí ubytovací nabídky*. Glamping se tady stává součástí ubytovací nabídky v campingových, rekreačních nebo jiných ubytovacích areálech a je charakteristický právě svou ubytovací funkcí.

Právě podle typu ubytovacího areálu, ve kterém se nachází, jsem se rozhodla vymežit dvě podskupiny. Do první podskupiny patří glampingové areály a objekty postavené v rámci campingového nebo rekreačního areálu. Ty jsou populární součástí rekreačních areálů ve západní, jižní a střední Evropě, Portugalsku a Francii, kde do glampingu investují v rámci modernizace areálů. Stejný trend je viditelný i v Česku a glamping je zde součástí osmi campingových, rekreačních a víceúčelových areálů. Jeden areál vždy tvoří více (3-9) glampingových objektů umístěných na louce, z nichž nejtypičtější jsou stany, jurty a dále také „pods“ a „treehouses“. Ve většině areálů tvoří zatím glamping pouze doplňkovou nabídku, která může areál zatraktivnit a přitáhnout nové zákazníky. Jako možnost transformace areálu vidí glamping majitelé areálu Glamping Nová Živohošť (2020), kteří se inspirovali v Chorvatsku a v části svého rekreačního areálu postavili devět velkých luxusně vybavených stanů: *„Jedná se o celkovou revitalizaci nově pořízeného původního turistického campu, do kterého nebylo dlouho investováno. Kdysi tady byly staré chatky, to se vše odstěhovalo a začínáme znovu. Do budoucna zvažujeme, že postupně budeme dělat víc a víc glampů a postupně se opustí od stanů“*. V roce 2019 přidal do své stálé ubytovací nabídky ve stanech a chatkách velký rekreační areál a kemp Ostružno celkem 4 „treehousy“ a jednu kopuli „igloo“. Ty stojí na okraji areálu v klidu u rybníka a nabízejí doplňkovou a atraktivnější nabídku k tradičnímu ubytování v campu spolu s všemi atrakcemi areálu jako jsou například bazén, hřiště na různé sporty a herny.

Glampingových areálů, které jsou součástí a doplňkovou formou ubytování v hotelu či penzionu, je v Česku pět. Ve většině případů jde o glampingové stany a jurty postavené na zahradě nebo louce u ubytování. Například penzion Trapani House & Camp nabízí kromě ubytování v pokojích i 6 stanů ve tvaru zvonu „belltents“. Jiný charakter má glampingový areál Ypsilon Golf Liberec, kde od roku 2016 nabízejí netradiční golfové pobyty na 10 hausbótech na rybníku uprostřed golfového hřiště.

Foto 9: Glamping Nová Živohošť



Zdroj: www.kempnovazivohost.cz

Vybavení glampingových objektů

Všechny typy glampingových objektů v Česku mají společný charakter vysokého komfortu, který je pro glamping a relaxaci nezbytný. Objekty jsou často moderně vybavené, avšak výbava a zařízení se liší od objektu od objektu. Nejlépe vybavené jsou stálejší větší objekty, domy na vodě a na stromech, mobilní domy a maringotky, méně spíše stany. Nicméně ve všech typech objektů se návštěvník se vyspí v peřinách v pohodlné posteli s výhledem do krajiny a k dispozici je i posezení. Ubytovací kapacita objektů bývá většinou 2-4, maximálně 6 míst ke spaní, která jsou tvořena manželskou postelí a přistýlkami nebo patrovou postelí.

Převážná část objektů (kromě stanů) je vybavena menší kuchyňkou s potřebným vybavením, kamny na dřevo nebo vaříčem na plyn, nádobím, sklenicemi na víno a základními potravinami jako je káva nebo čaj. Ubytování je často vybaveno lucernami, světýlky, ručními svítilnami a čelovkami a v některých objektech je zabudována i elektřina, která napájí například malé lednice a takové objekty tak mají i vlastní zásuvky.

Sociální zařízení bývá buď přímou součástí objektu nebo je venku v jeho blízkosti ve formě venkovní sprchy nebo ekologické suché toalety. Celý objekt i jeho součásti jako např. toaleta nebo sprcha jsou obvykle esteticky umístěny v přírodě a většinou zapadají do okolí.

Ačkoliv je téměř ve všech objektech uvnitř zakázáno používání otevřeného ohně (s výjimkou vnitřních kamen), venku v jejich blízkosti jsou běžné venkovní grily a ohniště. K jejich rozdělení bývá dokonce

připraveno suché nasekané dřevo a sekyrka. Extra servis spojený s grilováním poskytuje areál Teepee&Spa Pyskočely, kde hostům může přijít ugrilovat večeri místní šéfkuchař.

Objekty nabízí pestrou nabídku doplňkového vybavení jako např. houpací sítě a hamaky, knihy, repelenty, dalekohledy, stolní hry, kola nebo třeba i paddleboardy, kánoe, lodičky a rybářské pruty spolu s povolenkou, pokud se areál nachází v blízkosti vody. Příkladem takového areálu můžou být Dobčické rybníčky nebo Wellness Fishing Roubenka v jižních Čechách.

Velmi populární a atraktivní doplňkovou aktivitou a zařízením glampingu v Česku je wellness a nabízí ho 17 glampingových areálů různého typu, především však spadajících do kategorie odpočinkový klidný glamping, jelikož wellness poskytuje ještě silnější prožitek a relaxaci v rámci glampingového pobytu. Areály mají v nabídce kombinace horké lázně v koupacím sudu, cedrové kádi, horké vaně nebo ve vířivce, finské sauny a následného ochlazení v sudu, jezírku nebo venkovní sprše. Vodu i saunu si hosté musí roztopit připraveným dřívím. Všechna wellness zařízení se nacházejí venku v přírodě a mohou ho využívat pouze hosté daného objektu. Jiný wellness zážitek nabízí středověký Kemp Malešov, a to horkou koupel s bylinkami ve středověké kamenné lázni.

Glampingové areály používají především jednoduché přírodní materiály, jak pro stavbu a úpravu svých objektů, tak i pro interiér a jeho veškeré vybavení. Výsledkem je poté designový objekt, který je pro hosty atraktivní a poskytuje jim pohodlí a odpočinek v přírodě.

Délka pobytu

Součástí vymezení charakteristiky glampingu, jakožto nové formy CR v Česku, bylo důležité určit i průměrnou délku pobytu v glampingových areálech. Provozovatelé se shodli na tom, že průměrná délka pobytu v areálu jsou dvě noci a pobyt delší než 4 noci je výjimečný. Gabriel (2020) z Resort Ralsko kratší délku pobytu chápe: „*Myslím, že na ten zážitek, přespání a prozkoumání okolí stačí 2-3 dny. My tu nemáme elektřinu a myslím si, že ten komfort tu už na více dnů není takový*“. Populární je i pobyt pouze na 1 noc, což jak zmiňují sami provozovatelé může být časově náročné na úklid a zákazníci pouze během jedné noci a části dne nedokážou plně využít možnosti a hodnoty glampingu. Proto většina areálů nabízí postupné snižování ceny za další noci a tím pobízí hosty k prodloužení pobytu.

5.3 Glamping a udržitelný cestovní ruch

Glamping je součástí udržitelného CR a sama udržitelnost souvisí s konceptem glampingu. V následující odstavcích je hodnoceno, jaké prvky udržitelnosti lze nalézt u glampingových areálů v Česku. Jak již bylo zmíněno výše, velká část glampingových objektů v Česku je vlastněna místními obyvateli, kteří mají k dané lokalitě vztah. Tento vztah indikuje, že se majitelé budou snažit o to, aby měla jejich činnost - provozování glampingového areálu pozitivní vlivy na místní území a komunitu. Tento vztah predikuje pozitivní vliv areálu na lokalitu a místní komunitu.

Glamping je v Česku provozován nejen místními obyvateli, ale i jinými subjekty, ať už obcemi nebo společnostmi zřízenými obcemi. Jako obec lze uvést město Volary, které vlastní Treehouse Volary a jako jiný příklad Lesy města Brno, a.s., jejímž jediným akcionářem je Statutární město Brno, která vlastní tři treehousy.

Ve většině případů jsou v Česku malé areály s nízkou kapacitou, které nezatěžují prostředí vysokou návštěvností. Charakter glampingu sám o sobě je závislý na kvalitním životním prostředí, jeho jedinečnosti a částečně i samotě místa, proto by mělo být i pro majitele cílem nijak svou činností místo nenarušovat. Velká část glampingových objektů je sezónní nebo mobilní např. stany, kopule, mobilní objekty a marigotky, proto je tedy v případě potřeby možné je přemístit a nezanedbávají v území trvalé změny. Zbytek objektů je spíše trvalého charakteru, avšak vzhledem k jejich menší velikosti a umístění na vodě nebo na stromě je možné je rozebrat a po částech také přesunout. Všechny se však snaží co nejméně násilně zapadnout na dané místo.

Zmíněnou tezi podporuje Vladimír Pešek (2020), tvůrce projektu Hide and Seek: „*Naprosto klíčová věc, kterou vždy řešíme jako první je, že náš objekt Aranka nesmí být vetřelec*”.

Projekt Hide and Seek a jejich objekt Aranka, který jsem se rozhodla zařadit do glampingové nabídky Česka, je značně udržitelný a zabývá se zprostředkováním zkušenosti, jak zmiňuje Pešek (2020): „*ta souvisí s filosofií, že bychom rádi prostřednictvím silného osobního zážitku učili lidi, jak lze využívat obnovitelné zdroje. My vytváříme vztah s tím unikátním přírodním prostorem místem, které má citlivý biotop, ale současně dáváme prostředky k tomu, abyste ten biotop svým pobytem absolutně nenarušovali*” (Pešek 2020) Objekt Aranka sbírá dešťovou vodu prostřednictvím speciální retenční fólie na střeše, která je přefiltrována na pitnou vodu a je používána v celém systému - v koupelně a kuchyni. Kromě toho má na střeše fotovoltaickou elektrárnu, která sbírá sluneční energii a tím se stává objekt energeticky nezávislým. Podle Peška (2020) „*tento systém umožní lidem bez jakéhokoliv kompromisu zažívat absolutní komfort uprostřed panenské přírody s nulovou stopou do krajiny*”. V Arance, která

obdržela cenu za mimořádný počin na Designbloku 2019, se používají jenom suroviny z lokálních zdrojů, např. ořechové dřevo z Moravy nebo len na povlečení z Polska, jenž je nenáročný na vodu a dopravu.

Foto 10: Hide and Seek Aranka



Zdroj: www.hideandseek.cz

V porovnání s Arankou nelze v Česku nalézt žádný stejně udržitelný objekt glampingového charakteru. *„Co jsme objížděli podobné objekty a koncepty, včetně glampingových, tak vynaložená energie a uhlíková stopa je obrovská. Mnoho glampingových objektů u nás spočívá na tom, že vytvářejí jinou atraktivní variantu pobytu, ale nenacházím tam udržitelnost“* doplňuje v rozhovoru Pešek (2020) a hodnotí tím udržitelnost glampingu v Česku.

Dle mého výzkumu lze však v rámci glampingových areálů v Česku najít prvky udržitelnosti a ekologického přístupu řízení destinace. Obnovitelné zdroje energie - fotovoltaiku, používají například mobilní glampingové objekty Glampingu Luhačovice nebo Včelíny Želiv. Glamping Luhačovice (2020) na svých stránkách k udržitelnosti dodává: *„Vyznáváme hodnoty jako jsou ekologie, soběstačnost a jakási osobní zodpovědnost za lidskou přítomnost v přírodě. Proto chceme provozovat ubytování, které nezanechá žádnou, nebo jen nepatrnou stopu, a které je citlivě zasazené do malebné české přírody“*.

Areály podporují ekologické aktivity hostů, a proto je v některých objektech možné používat jenom bio a ekologické čisticí prostředky a areály také vyzývají hosty k šetření s vodou. Většina areálů má také ve svých objektech zabudované ekologické suché toalety nebo kořenové čistírny odpadních vod, kterou mají např. v Maringotka Tichá. V Treehouse Zvičina zase učí své hosty prostřednictvím manuálu o využití léčivých bylinách z okolních luk a o permakulturní užitkové zahradě, ze které si hosté mohou utrhnout potřebné bylinky a plody jako je hrášek, jahody a další sezónní plodiny. V Resortu Ralsko mohou hosté ochutnat domácí med od včel, které mají včelín přímo mezi dvěma treehousy a hosté tak mohou vyzkoušet produkci okolních luk.

Znatelným prvkem udržitelnosti, který lze mezi areály v Česku zaznamenat, je především zapojení lokální komunity a s tím související nabídka lokálních surovin. Mezi glampingovými areály je populární nabídka piknikových košů se snídaní, kterou dělají z produktů z místních farem a lokálních surovin.

Spolupráci s lokální komunitou popisuje Hrnčířík Hejduková (2020): *„Snažím se podporovat malé zemědělce a malé místní řezníky. Zákazníci si od nás můžou maso na gril koupit a my jim ho naložíme do bylinek z naší bylinkové zahrádky”*. Podobný přístup mají i v Resortu Ralsko: *„Máme spolupráci s lokálním řezníkem a s lokální vinotékou. Lidé si před příjezdem můžou objednat na terasu víno podle jejich výběru a naložené maso na gril”*. V novém objektu Stromovny zase spolupracují s Bistrem Magdalena v Českých Budějovicích, který zákazníkům může připravit balíček na grilování nebo tapas (Stromovny 2020).

Právě potřebu spolupráce s místními vidí Pešek (2020) jako významný prvek udržitelnosti: *„Pro nás je velmi důležité používat lokální zdroje. Kupujeme místní vajíčka za víc peněz, protože jsou kvalitativně lepší a rádi koupíme za dvojnásobnou cenu i místní kváskový chleba. Toto je filosofie, která se nám vyplácí, nebýt vetřelcem ale partnerem a vytvářet vazbu a vztah. Spousta lidí v těchto místech mají svoje místo rádi a jsou patrioti, a my prosíme, aby hostům byli průvodci za platbu, ukázali jim krásy a jejich vztah k místu. To dále hostům vytváří ten bližší vztah ke krajině”*. Místní obyvatelé mohou být zapojeni nejenom jako průvodci, jak tomu je v Arance, ale jsou především zapojeni do pracovních činností v areálu, kde pracují jako uklízeči, správci nebo kuchaři. V odlehlých lokalitách a malých obcích v Česku, kde se glampingové objekty vyskytují, může glamping vytvářet potřebné lokální pracovní možnosti.

Jediný typ glampingu, ve které nenacházím jasné prvky udržitelnosti je festivalový glamping. Ostatní glampingové objekty v Česku se však udržitelností zabývají na alespoň základní úrovni, podporou místní komunity a ekologickým chováním.

5.4 Sezónnost

Sezónnost glampingu v Česku je způsobena dočasnými periodickými změnami v počasí, typickými pro mírný pás, což nicméně neplatí všeobecně pro všechny glampingové objekty. V této souvislosti vždy závisí především na stavebním materiálu a vybavení objektu a charakteru areálu.

Stejně jako camping má i glamping hlavní sezónu v letních měsících, kdy mají otevřeno všechny glampingové objekty. Pro objekty typu stany, jurty a další, které jsou součástí širší ubytovací nabídky a rekreačních areálů, je hlavní sezóna od května do září a jsou spíše sezónního charakteru. Rekreační areál Nová Živohošť (2020) je otevřený v jarní, letní a části podzimní sezóny a jeho majitelé ohledně sezónnosti dodávají, že: „*Zimní sezóna bude teprve zvážena ohledně nezbytného přizpůsobení stanů i zimním podmínkám provozu*“. I v Kempu Malešov, tvořeném středověkými stany mají otevřeno od května do října a přestože jsou „*krajní období nejhorší*“, jak popisuje Slačálek (2020), tak se jim stále vyplatí, ačkoliv v krajním období může být celkem chladno, což se projeví na obsazenosti. Právě stany jsou vzhledem k jejich struktuře nejnáchylnější na sezónní změny počasí, které určují jejich letní a kratší sezónnost oproti jiným objektům.

Tabulka 19: Sezónnost

Typy objektů a areálů	Sezóna
Stany, jurty, objekty součástí ubytovací nabídky	Letní (květen-září/říjen)
Domy na stromech „treehousy“	Převážně letní (duben/květen-říjen/listopad)
Domy na stromech „treehousy“ s možností topení a wellness	Převážně celoroční
Kopule, karavany, maringotky, mobilní a vodní domy	Převážně celoroční

Zdroj: Vlastní zpracování, (internetové stránky jednotlivých areálů)

U domečků na stromě je sezónnost určena jejich vybavením, především možností zatopit si v kamnech. Z průzkumu glampingové nabídky lze určit, že přibližně polovina treehousů má otevřeno od jara (duben/květen) do pozdního podzimu a polovina celoročně. Resort Ralsko, tvořený dvěma treehousy má otevřeno od května až do listopadu a hosté se dle majitele Gabriela (2020) nemusí chladných večerů obávat. Jak zmiňuje v rozhovoru: „*Máme tam plynová kamna, které domeček vytopí a stačí tam chvíli topit a je to vytopené na celou noc, protože dřevo krásně drží teplotu*“. Podle provozovatelky Treehousu Artolč (2020) dělá velký rozdíl v navýšení obsazenosti v krajních měsících sezóny teplá sprcha, kterou instalovali minulý rok a mohou mít tedy otevřeno až do konce října, dokud není příliš velká zima. Pro domečky na stromech, které mají otevřeno celoročně je kromě možnosti vlastního vytápění charakteristické také zařízení wellness - sauna a horké sudy.

Celoročně mají v Česku otevřeno objekty typu kopule, karavany a maringotky, malé mobilní domy, výše uvedené domečky na stromech s vybavením a vodní domky. Jsou to většinou objekty odolnější vůči sezónním změnám počasí, navíc s možností topení. Zároveň má velká část celoročních objektů součástí objektu i wellness zařízení.

Pešek (2020) v rozhovoru ohledně udržitelného mobilního domu Aranka v jehož zázemí je i sauna a jezero zmiňuje: „*Žádnou sezónnost nerozlišujeme*“. To stejné dodává i Hrnčířik Hejduková (2020), která provozuje Teepee&Spa se saunou a horkou kádí a mobilní objekt Paseca se saunou: „*Se sezónností problém vůbec nemáme. Léto se vždy obsadí jako první, ale poté se obsadí i zima*“. To, že zařízení wellness zvyšuje obsazenost během celého roku a redukuje tím sezónnost potvrzuje i majitel Dobčických rybníčku Střítecký (2020), který má svých dvou glampingových ze svých objektů saunu a vanu s horkou vodou.

Foto 11: Horká vana, Dobčické rybníčky



Zdroj: Vlastní, 27.7.2020

5.5 Účastníci glampingu a jejich typologie

Jak již bylo zmíněno, v současnosti neexistuje obecně uznávaný profil glampingového turisty, a proto bylo i jedním z cílů práce zjistit a pokusit se definovat charakteristiku glampingového turisty v Česku, a to metodou rozhovorů s provozovateli objektů a areálů.

Na položenou otázku: „*Kdo jsou Vaši zákazníci a lze je charakterizovat?*“, odpovídala převážná část respondentů tak, že nelze určit jednoznačnou typologii skupiny: „*Různě. Lidé z různých vrstev, různého složení, mladí, starší, rodiny, páry. Nedá se to vůbec specifikovat na jednu skupinu.*“ odpověděla Hrnčířík Hejduková (2020).

Nejčastěji provozovatelé rozdělují zákazníky na tři skupiny - rodiny s dětmi, páry a přátele. Slačálek (2020) z Kempu Malešov přidává do typologie ještě čtvrtou skupinu - soukromý sektor: „*Lze to zhruba obrátově rozdělit na třetiny. 1/3 jsou rodiny s dětmi, 1/3 jsou mladé i starší páry a 1/3 jsou firmy, které utratí nejvíce peněz, ale nejsou tak časté.*“ Záleží však i na charakteru a velikosti glampingového areálu, například v rekreačním areálu Nová Živohošť (2020) jsou cílovou skupinou „*hlavně rodiny s dětmi, případně i páry pro individuální relaxaci a dovolenou.*“

U věkové kategorie se provozovatelé shodují, že je to až překvapivý mix a mezi zákazníky jsou velké věkové rozdíly. „*Jedí tam paní, které je přes 70 let nebo mladý manželský pár z Pardubic. Vůbec se to nedá specifikovat, naopak nás to vždy překvapí*“ vysvětluje Fofová (2020) z Maringotka Tichá. I Gabriel (2020) jmenuje velmi věkově rozdílné skupiny hostů: „*Jedí nám sem mladí lidé s koly, rodiče s menšími dětmi, prarodiče s vnuky nebo jsme tu měli i svatby.*“

Nejužší charakteristiku věkové kategorie zákazníků v areálu Kemp Malešov určuje Slačálek (2020): „*Nejtypičtější ročníky jsou ročníky kolem roku 90, mileniálové. Nejčastěji jsou věkově kolem 30-40 let, občas jsou tu starší.*“

Velmi odlišně popisuje věkovou kategorii zákazníků portálu BPR Fraňková (2020): „*Z 90 % jsou to ženy ve věku 25-35, kteří to zarezervují a poté to nesou domů mužům.*“ I přestože je tato informace odlišná a velmi specifická od ostatních respondentů, tak odpovídá výsledkům výzkumu společnosti Mintel UK (2018), podle kterých je glamping populární mezi mladšími ženami. Z tohoto může vyplývat, že tato specifická skupina může často glampingové pobyty vzhledem k jejich současné oblibě kupovat jako dárek i pro někoho jiného, například i pro své rodiče. Tato teorie by tak mohla vysvětlit zdánlivý rozpor mezi osobami, které glampingové pobyty zakupují, a které se jich skutečně účastní.

Provozovatelé se shodují na výši socioekonomického statusu svých zákazníků, který bývá obecně spíše vyšší. Důvodem k tomuto je zejména cena glampingového pobytu, jež je v porovnání s cenami jiných

pobytů ve srovnatelné lokalitě dražší. „Musím říct, že k nám jezdí lidé co si mohou dovolit jet do luxusního hotelu“ zmiňuje Fofová (2020) a popisuje hosty Maringotky Tichá následovně: „Jezdí k nám rodiny s dětmi, skupiny žen na rituály, pár motorkářů i spousta lidí na neskutečných pracovních místech a ředitelů s luxusními auty“. Gabriel (2020) z Resortu Ralsko podotýká, že je příjemně překvapený tím, jací zákazníci do Resortu Ralsko jezdí. „Lidé jsou z toho nadšení a velmi hezky se k tomu objektu chovají, uklízí po sobě a nechávají po sobě čisto. To je spojený i s tím, že ti lidé, kteří si mohou dovolit dát tyto peníze za dovolenou nejsou pitomci a chovají se k tomu pěkně.“ Podobně charakterizuje své hosty i Pešek (2020): „vzdělaní, citliví a velmi zajímaví, mladí i staří lidé, většinou vyšší střední třídy. Lidé, kteří mají určitou míru citlivosti a respektu“. Právě jeho charakteristika zákazníků je umocněna faktem, že Hide and seek je velmi designový a udržitelný projekt, jenž cílí primárně na vzdělané lidi, kterým záleží na životním prostředí.

Geografický původ zákazníků jednotlivých objektů je dalším zásadním bodem určení charakteristiky účastníků glampingu a cílové skupiny. Všichni provozovatelé se shodují, že zákazníci jsou převážně Češi a přijíždějí z celé republiky, a to i z míst, která jsou od jednotlivých objektů značně vzdálena. Nejčastěji je však zmiňována Praha a blízká větší města, i když podle Hrnčířik Hejdukové (2020) je to „různé a určitě to nejsou jenom z Prahy“. Do Kempu Malešov u Kutné Hory jezdí dle Slačálka (2020): „Překvapivě z celé republiky, samozřejmě Praha a hodně zákazníků z Moravy, třeba sever Moravy, Frýdek Místek, Opava, Ostrava a okolí Zlína“. Přestože je glamping spojen především s městským obyvatelstvem, popisuje Gabriel (2020) z Resort Ralsko překvapivý počet zákazníků z blízkého okolí: „Dělal jsem si před sezónou průzkum a měl jsem pocit, že to bude spíše zajímavé pro městské lidi. To se z části naplnilo. Neuměl jsem si představit, že to bude zajímavé pro lidi z bližšího okolí do 50 km, kteří bydlí v atraktivním okolí hor a lesa. Hned třetí zájemci byly kamarádky od sestry, které bydlí u velkého jezera 5 km odsud a od té doby jsme tu měli hodně dalších lidí z blízkého okolí a Liberce“. Do glampingových objektů jezdí sporadicky i zahraniční návštěvníci, především z blízkých sousedních států - z Polska, Německa, Rakouska, ale také z Maďarska, Dánska a Nizozemska. Rekreační areál Nová Živohošť, který má v nabídce trvalé karavanové stání pro zahraniční klientelu - Němce a Nizozemce, má v plánu otevřít příští rok jednu z největších glampingových nabídek v rámci rekreačních areálů v Česku a hodlá se zaměřit na zahraniční a českou klientelu. Je možné, že glamping může být v areálu atraktivní právě pro stejnou zahraniční klientelu, která již v minulosti areál navštívila, tedy zejména na turisty z Nizozemí, kde je glamping populární.

Protože je glamping inovativní fází tradičního campingového CR, zajímalo mě v rámci mého dotazování také, zda má glampingový účastník vztah ke campování a jestli je tento vztah motivací pro výběr glampingového pobytu. Z rozhovorů vyplynulo, že určitý vztah ke campování účastníci glampingu mají,

ale především mají vztah k přírodě a chtějí zažít něco neobyčejného. Slačálek (2020) popisuje dvě skupiny návštěvníků v Kempu Malešov jako: „kombinaci těch, co mají vztah ke campování a těch co nikdy necampovali a řekli mi, že tohle je nejbližší ke campování, co jsou ochotni jet, protože jsou tady postele a koupelna“. Gabriel (2020) z Resort Ralsko by glamping s campováním nespojoval a myslí si, že zákazníci „mají vztah k přírodě. Někdo sem jede díky tomu, že cíleně objíždí glampingové objekty. Někdo si to tu ale vybral asi podle fotek, protože pak byli překvapeni a nepřijeli připraveni na pobyt v přírodě“. Na druhou stranu Fofová (2020) uvádí, že zákazníci mají určitě nějaký vztah ke campování nebo k druhému bydlení. „Spousta z nich mi říká, že byli zvyklí jezdit k babičce na chalupu a často jsou i překvapení, že tam máme vodu“.

Nejlépe a nejvšeobecněji charakterizuje motivaci zákazníků pro glamping Hrnčířík Hejduková (2020) která si myslí, že „chtějí něco úplně neobyčejného. Přespat v hotelu je pro ně nuda a hledají něco co má nějaká plus“. Dále však dodává, že je „v Česku vhodné prostředí pro rozvoj glampingu i kvůli tomu, že se u nás dříve hodně campovalo a campy byly oblíbené“.

Tabulka 20: Charakteristika glampingového účastníka

Hlavní charakteristika glampingového účastníka	
Skupina	Páry, rodiny s menšími dětmi, přátelé, výjimečně firmy
Věk	Nelze vymezit, velké věkové rozdíly, mírná převaha věkové kategorie 25 - 40 let
Socioekonomická charakteristika	Střední a vyšší status, vzdělání a ohleduplní lidé
Geografický původ	Především Česko, sporadicky sousední a blízké státy
Další charakteristika	Vztah k přírodě, částečně vztah ke campování a druhému bydlení

Zdroj: Vlastní zpracování

5.6 Vliv pandemie Covid-19

Vzhledem k tomu, že diplomová práce byla zpracovávána během pandemie viru Covid-19 a související krize v roce 2020, kterou byl velmi zasažen i cestovní ruch, bylo jedním z cílů práce odpovědět na to, jaký vliv měla na tak rostoucí trend CR jakým glamping je.

Situace kolem pandemie viru Covid-19 a nezbytná bezpečnostní opatření ovlivňovala odvětví cestovního ruchu v ČR již od března 2020 a vygradovala uzavřením hranic, omezením pohybu obyvatel ČR a uzavřením a omezením provozu celé řady provozoven, včetně ubytovacích zařízení, kulturních institucí, turistických informačních center, památek a dalších atraktivit CR (Vláda ČR 2020). Ubytovací zařízení mohla po téměř 2,5 měsících otevřít znovu za určitých bezpečnostních podmínek a hygienických pravidel 24. května 2020 a s příchodem druhé vlny viru Covid-19 se znovu uzavřela 22. října 2020. Glampingová a jiná ubytovací zařízení tedy mohla mít otevřeno téměř 5 měsíců, které přibližně odpovídají výše vyzkoumané hlavní sezóně glampingu v Česku, kdy mají otevřeno všechny areály.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2020) již v červnu 2020 predikovalo, že během léta 2020 budou populární pobyty v přírodě a uvádělo, že „vyšší obsazenost ubytovacích kapacit očekává v horských a přírodních oblastech ČR, naopak nízká obsazenost se čeká v krajských městech“. Další závěry MMR (2020) ukazují, že nejlákavější dovolenou bude v létě 2020 představa chaty s bazénem jež je blízka právě luxusnímu ubytování glampingu. „Chataření ve vlastním má v plánu 20% lidí, v pronajatém domku 42 %. O tento typ ubytování je větší zájem než o ubytování v penzionu, hotelu, či kempu. Zájem je také především o menší ubytovací zařízení v oblíbených přírodních destinacích“. Dokument European White Paper zároveň předpokládal vzestup dovolených blíže domovu a zákaznické preference rekreačních areálů před hotely a to proto, že campy a rekreační areály jsou blízko přírodě a mají kolem sebe spoustu místa (Luxetenten 2020).

Zmíněná preference ubytování v menších ubytovacích zařízení v přírodních destinacích je důsledkem zájmu turistů omezit počet kontaktů a setkání během dovolené, která jsou hlavním předpokladem zamezení šíření viru. Omezení kontaktů je během glampingového pobytu zaručeno díky osamoceně lokalitě v přírodě, malé velikosti areálů a dalšími prvky glampingu, jako jsou např. připravené piknikové koše se snídaní před objektem nebo bezkontaktním „check-inem“ a vstup do glampingového objektu na kód, který mají v areálu Dobčické rybníčky. Právě tento trend automatizace služeb a činností, při kterých dochází ke styku hosta se zaměstnanci je patrný v roce 2020 (Regiondo 2020).

Jako další trend v důsledku omezení cestování určilo MMR (2020) a Regiondo (2020) nutnost zaměření se na domácí klientelu, která vyhledává ubytování v přírodě mimo města. Trend dovolených v

tuzemsku byl zřetelný jak v zahraničí, kdy se oproti minulým rokům změnila poptávka ze zahraničních a mimoevropských destinací na tuzemské a evropské glampingové destinace, tak i v Česku, kde provozovatelé glampingových objektů vnímají úbytek zahraniční turistů a nárůst domácí klientely.

Během samostatného výzkumu v rámci této práce byli provozovatelé dotazováni na změny glampingu v roce 2020 během září, října a listopadu 2020, tedy ke konci hlavní sezóny, kdy již mohl být viditelný vliv krize Covid-19 a následně byly jejich odpovědi porovnány s výše uvedenými predikcemi národních a mezinárodních institucí.

Na položenou otázku: „*Jaký měla krize Covid-19 vliv na Vaše ubytování?*“ a na související otázku: „*Co se změnilo?*“ odpovídali tázaní provozovatelé zprvu tak, že přišli o část sezóny. Hrnčířík Hejduková (2020) z Teepee&Spa v rozhovoru popisuje, že „*to byl spíš psychický dopad, protože jsme museli uzavřít a lidé neustále volali ve stresu s tím, že mají homeoffice, jsou zavření v malých bytech, a chtěli k nám do přírody a prosili, aby mohli přijet. To pro nás bylo nejtěžší, že jsme museli odmítnout lidi z tohoto důvodu*“. Zvýšenou poptávku zaznamenali i provozovatelé Treehousu Artolč (2020), kterým se během prvních dvou týdnů po vyhlášení nouzového stavu v březnu najednou zaplnila celá letní sezóna a předpokládají, že kdyby měli pět treehousů místo jednoho tak by byli schopni obsadit všechny. To stejné zmiňuje i Gabriel (2020) z Resort Ralsko, který měl letošní rok téměř stoprocentní obsazenost Resortu, nicméně nemůže relevantně zhodnotit změnu během letošní sezóny: „*Osobně si myslím, že Covid-19 ovlivnil zvýšenou poptávku, ale nemůžu to říct na základě srovnání, které ještě nemáme, díky tomu, že jsme otevření první sezónu*“. O velké vytíženosti glampingových objektů svědčí i vysoká obsazenost dokonce i na rok dopředu, která byla zjištěna individuálním průzkumem jednotlivých rezervačních systémů.

Velká část dotazovaných provozovatelů odpověděla tak, že žádný vliv pandemie Covid-19 na poptávku a obsazenost nevnímá. Na otázku ohledně vlivu pandemie na obsazenost a poptávku odpověděla Fofová (2020) z Maringotka Tichá odpověděla: „*Nevidím žádný vliv, ale já tam mám normálně plno takže nevidím rozdíl*“ a taktéž se vyjádřil i Pešek (2020) o obsazenosti v Hide and seek: „*Téměř okamžitě jsme naplnili rezervační kalendář, než se objevil Covid a teď máme stále další a další rezervace tak nevnímám žádný vliv*“. Přestože má i Hrnčířík Hejduková (2020) v Teepee&Spa Pyskočely tradičně celou obsazenou sezónu, viděla určitý vliv pandemie na nárůst obsazenosti: „*Po znovuootevření nárůst byl, protože jak mám na rok dopředu obsazeno, tak jsem ty zákazníky, kterým se pobyt zrušil, neměla kam přesouvat. I noví zákazníci poté volali a chtěli si zabookovat ubytování, tím jak se dlouho nemohlo cestovat vůbec nebo se báli cestovat, tak každý chtěl mít aspoň něco tady*“.

Tento fakt však neznamená, že by obecně glampingové objekty trpěly nízkou obsazeností či poptávkou, neboť velký zájem o glampingové ubytování existoval již před pandemií. V důsledku vysokého obsazení ubytování nemohli již tradičně populární areály zaznamenat zvýšenou poptávku, kterou popisují nově otevřené a méně známé areály výše.

Vliv pandemie na krátkodobý pokles obsazenosti v Kempu Malešov v důsledku lokálního ohniska výskytu viru zaregistroval Slačálek (2020): *„Někdy v létě se objevila informace, že na Kutnohorsku je ohnisko epidemie a lidé začali rušit. Z 80 % to zrušili ale ti, kteří nechtěli nosit roušky a 20 % zákazníků se bálo nakažení”*.

Kromě vlivu pandemie na poptávku a obsazenost popisují provozovatelé i mírnou geografickou a socioekonomickou změnu klientely. V důsledku bezpečnostních opatření a omezení cestování do zahraničí došlo především k úbytku zahraničních turistů a nárůstu domácích turistů z ČR. Dále charakterizují zákazníky v roce 2020 jako movitější oproti předchozím rokům. To je podle provozovatelů Treehouse Artolč (2020) příčinou toho, že čeští turisté jsou letos ochotni utratit za glampingové ubytování v Česku více peněz, které by jinak zaplatili za dovolenou v zahraničí.

Velmi kladně hodnotí letošní sezónu a pozitivní vliv pandemie na rozvoj glampingu Gabriel (2020): *„Myslím si, že tato situace měla přínos v tom, že si lidé glamping vyzkoušeli a za druhé si lidé vyzkoušeli, že jde udělat kratší a hezká dovolená i v rámci Česka, která se dá zamluvit i pár dnů předem”*. Stejně kladně se vyjadřuje Fraňková (2020) z glampingového portálu BPR: *„Všichni partneři nám říkali, že se letos sezóna povedla a měli obsazeno. Je vidět, že zájem o to je. Musím říct, že i pro nás byla sezóna poměrně úspěšná a snažíme se rozvíjet”*. Skutečnost, že právě portál BPR s glampingovou nabídkou vznikl v důsledku pandemie a během letošní první sezóny se jim dařilo, znamená pozitivní vliv na rozvoj glampingového CR. To souvisí i s růstem počtu glampingových objektů v ČR, kterých během roku 2020 vzniklo minimálně 17 a další se plánují otevřít v roce 2021.

Z výzkumu je patrné, že provozovatelé hodnotí sezónu 2020 pozitivně a mimo uzavření během jara a podzimu, které se týkalo všech ubytovacích zařízení a služeb, měli během léta vysokou obsazenost. Jediný typ glampingu, jenž Covid-19 krize přímo negativně postihla je glamping na hudebních festivalech, které se v roce 2021 vůbec neuskutečnily.

Vzrůst poptávky a obsazenosti je zřetelný u novějších a méně známých glampingových zařízení, která před začátkem jara a léta neměla plně obsazenou nadcházející sezónu. U těchto zařízení jde však špatně rozeznat rozdíl mezi obdobím před a během pandemie Covidu-19, protože velká část zařízení

je na trhu příliš krátkou dobu na to, aby bylo možné odpovídající srovnání. Méně zřetelný růst poptávky je znatelný u populárních glampingových areálů a objektů, které existují již více sezón a mají tradičně vysokou obsazenost. Tyto měly již před pandemií obsazené ubytování na rok 2020 a nebyly tedy schopny pocítit nárůst obsazenosti či poptávky v období během pandemie Covid-19. Viditelný nárůst zájmu o glamping v roce 2020 je zřetelný i z trendů vyhledávání pojmu glamping na vyhledávači Google, kdy vyhledávání pojmu dvojnásobně stoupl oproti minulému roku a během období uvolňování restrikcí v květnu dosáhlo maxima. Stejný trend vzrůstu během léta je patrný i v zahraničí.

Tabulka 21: Vliv pandemie viru Covid-19 na glamping

Vliv pandemie viru Covid-19 v roce 2020 na glamping
Rychlý vývoj glampingu - růst počtu objektů a zájmu o glamping
Částečný vzrůst poptávky a obsazenosti
Snížení počtu hostů ze zahraničí
Vliv na krátkodobý pokles obsazenosti v důsledku lokálního ohniska viru
Trend omezení kontaktů - vstup na kód, piknikové koše se snídaní

6. Diskuze

Diplomová práce přináší nové a velmi aktuální poznatky o glampingovém turismu v Česku, jímž se na této úrovni nikdo doposud nezabýval. Teoretické informace a poznatky zjištěné ze zahraniční literatury jsou aplikovatelné i na české prostředí a lze je tak použít i pro definice glampingu v Česku. Vzhledem k tomu, že zdrojů a informací o glampingu je obecně stále relativně málo, doplňuje diplomová práce tyto informace a podává ucelený přehled a definice glampingu na území České republiky. Dle mých zjištění v současné době neexistuje žádná jiná monografie, která by se touto problematikou takto komplexně zabývala.

Glamping se v Česku začal velmi pomalu vyvíjet během posledního desetiletí, ovšem nejprudší nárůst zaznamenal až od roku 2018 a především v letošním roce 2020. Tento trend růstu v Česku s určitým zpožděním kopíruje růst zájmu a poptávky po glampingu v zahraničí, zejména v hlavních destinacích v Evropě a Severní Americe. Celosvětově je zřetelná tendence růstu počtu objektů a popularity glampingu, což podporuje i zpráva analytické společnosti Arizton (2019), která předpokládá nárůst glampingového trhu o 11 % v Evropě (2019-2025) a o 15 % ve Spojených státech amerických (2018-2024) a dosažení tržeb okolo 1 miliardy USD v jednotlivých regionech. Dle poznatků zjištěných v rámci výzkumu během této práce a nárůstu glampingového trhu v Česku za poslední rok, je pravděpodobné, že na území České republiky bude tento nárůst mnohem vyšší.

Mimo zaměření na území Česka přináší práce i obecné geografické vymezení destinací glampingu ve světě, které nebyly doposud v literatuře popsány. Hlavní destinace glampingu, jež na svém portále inzeruje největší glampingový portál GlampingHub, odpovídají lokalitám vyhledávání pojmu glamping prostřednictvím internetového vyhledávače a lze je tak považovat za prokazatelně vymezené.

Přestože je glamping v zahraničí již populárním trendem, nejsou jeho aspekty a charakteristika, jakožto formy turismu, stále obecně popsány a tato práce proto přináší vymezení a charakteristiku glampingového turismu na příkladu území Česka. Glampingové areály se na území Česka koncentrují ve vysoce atraktivní venkovské přírodní krajině a v blízkosti horských oblastí a chráněných krajinných oblastí. Jelikož glamping v Česku vykazuje prvky udržitelnosti, lze ho obecně zařadit pod udržitelný CR, který krajinu nevyužívá, má pozitivní vliv na místní území a komunitu a zároveň vytváří nové vnímání přírodních a venkovských míst. Výzkum v rámci této práce potvrdil, že glamping představuje inovativní způsob valorizace jedinečných přírodních krajin, jak ve své práci popisují Boscoboinik a Bourquard (2012). Právě zmíněná koncentrace glampingu v atraktivním přírodním prostředí má

dominantní vliv na rozvoj glampingu, což odpovídá obecným definicím glampingu v zahraniční literatuře a také výsledkům práce Petruša a Vlahov (2019), kteří popisují růst glampingu v přírodních a venkovských místech na území Chorvatska. Na území Česka se však nepotvrdil trend zřetelný v jiných zemích, především ve státech Severní a Jižní Ameriky, a to lokalizace glampingu v zázemí velkých měst. Stejně jako ve většině evropských zemí se glamping v Česku lokalizuje spíše než v okolí měst ve zmíněném atraktivním přírodním prostředí. Místa umístění glampingových areálů jsou srovnatelná s umístěním druhého bydlení s tím rozdílem, že druhé bydlení je v Česku obvykle umístěno i v blízkosti větších aglomerací.

Srovnatelné se zahraničím jsou i hlavní aktivity glampingu, jak je popisují zahraniční autoři, a jak byly popsány i v této práci. Tyto aktivity jsou obvykle závislé na atraktivním přírodním prostředí a jedná se především o odpočinek či relaxaci a související wellness, koupání, pěší turistiku a kvalitní jídlo. Mimo glamping, který je zaměřený právě na poznávání přírody a pobyt v ní, lze v Česku nalézt i areály, které jsou zaměřené i na poznávání historie a kultury. S kulturou jsou spojené festivalové glampingové campy, které byly výchozím bodem počátku glampingu ve Velké Británii, a lze je najít i na hudebních festivalech v Česku, Rakousku, Slovensku a Rumunsku, kde je provozuje česká společnost Chill Village. Trend festivalového glampingu lze pozorovat v celé Evropě a USA, jak zmiňuje Otten. Glamping je dnes velmi populárním typem ubytování na nejznámějších hudebních festivalech v Nizozemí (*Lowlands*), Velké Británii (*Glastonbury*) a Irsku, Belgii (*Tomorrowland*) a USA (*Coachella*, *Burning Man*).

V Česku se nacházejí všechny typy glampingových objektů, které jsou známé ve světě. Nejčastější jsou však jedinečné dřevěné stavby (především „*treehouses*“), stany a karavany. Právě stany jsou aktuálně nejpopulárnějším typem objektů ve světě a domečky na stromech očekávají velký komerční úspěch a budou se podle Arizton (2019) nejrychleji vyvíjet v následujících letech. Přestože se v Česku nacházejí různorodé typy objektů, tak jsou ve většině případech harmonicky zakomponovány do přírody. Obdobnou situaci popisují i Petruša a Vlahov (2019) v práci zabývající se glampingem v Chorvatsku.

Nejpopulárnější kategorií glampingových areálů v Česku jsou menší glampingové areály v přírodě, které mají často třeba jeden objekt a naopak glamping v rekreačních a campingových areálech, který je nejpopulárnější v západní, střední a jižní Evropě tvoří v Česku pouze 12,5 % glampingové nabídky. Jak však popisují autoři Vrtodušíc, Cvělič, Licul (2018), právě tento typ glampingu omlazuje a redesignuje starší rekreační campingové areály. Takové omlazení areálu lze v Česku vidět na příkladu areálu Kempu Nová Živohošť nebo rekreačního areálu Ostružno. Glamping má tedy i v Česku, kde je

velký počet starších rekreačních areálů, stejně jako v zahraničí, potenciál tradiční campy a rekreační areály transformovat a zmodernizovat, jak k tomu již došlo ve Francii, Rakousku nebo v Chorvatsku.

Výraznější letní sezóna v Česku odpovídá celosvětové charakteristice glampingu. Z důvodu vyššího množství menších a vybavenějších glampingových areálů a objektů v přírodě v Česku, zde však letní sezóna není tak dominantní jako je tomu např. ve státech západní a jižní Evropy, kde je glamping nejčastější v rekreačních areálech nebo na festivalech a odehrává se tak především v letním období. Potenciál ke zvýšení obsazenosti i mimo hlavní letní sezónu má začlenění wellness zařízení, které se v Česku objevuje v menších celosezónních glampingových areálech. Tento výzkum potvrdil, že zahrnutí wellness zařízení zvyšuje celosezónní využití glampingového objektu a jeho konkurenceschopnost, což odpovídá závěrům, které ve své zprávě zmiňuje Arizton (2019).

Účastníci glampingu v Česku jsou dle výzkumu obecně vyššího sociálního statusu a mají kladný vztah k přírodě. Tato charakteristika odpovídá teoretickému zarámování účastníků glampingu, jež je však značně omezená. Stejně jako zahraniční autoři tak ani tento výzkum nedokázal plně a jednoznačně charakterizovat glampingového účastníka a vytvořit jeho obecný profil. Tato skutečnost může být způsobena neustálým vývojem a mládím glampingového turismu a také individualitou jednotlivých glampingových areálů. Je však zřetelné, že glampingový účastník v Česku odpovídá charakteristice nového turisty, jak ho definují autoři Pirnar a Icoz (2010), Cvelic, Milohnić a Cerović (2017) či Groe (2008). Typický účastník glampingu v Česku se dá také vymezit jako domácí turista, jehož průměrná délka glampingového pobytu je dva dny. Z těchto výsledků je zřetelné, že glamping v Česku určitě souvisí s novým trendem turismu „*staycations*“.

Během výzkumu bylo patrné, že důležitou roli v nabídce glampingu v Česku hrají moderní marketingové strategie a sociální sítě. Glamping Association (2018) označila zákazníky glampingu jako velmi náchylné právě na marketingové strategie s atraktivním ubytováním. Většina českých areálů je na sítích aktivní a má velmi esteticky vytvořené webové stránky s nabídkou. Jelikož mají glampingové objekty unikátní stavbu a jsou zasazené v atraktivním přírodním prostředí, jsou tím pádem pro zákazníky atraktivní pro sdílení zážitků a fotek právě na sociálních sítích, což dále podporuje vyšší povědomí o glampingu jak popisuje i Glamping Association (2018). V současné době vytváří právě tato skutečnost skvělý prostor pro reklamu a následný rozvoj areálů glampingu.

Výzkum ukázal, že glamping v Česku byl situací kolem pandemie viru Covid-19 zasažen pouze minimálně a lze ho zařadit mezi úspěšný model CR během krize. Jak zmiňuje Riley (2020): „*Glamping má skvělé předpoklady k přežití během situace pandemie Covid-19 a nabízí klidnou rekreaci v přírodě a digitální detox, který lidé postrádali během „lockdownu*“. Podle Riley (2020) může být právě tato

situace obrovským katalyzátorem změn a vývoje glampingu, podobající se finanční krizi v roce 2008/09, která pozitivně ovlivnila rozvoj glampingu ve Velké Británii. V důsledku změny cestovatelských zvyků (omezení cestování do zahraničí a omezení sociálních kontaktů) během pandemie viru Covid-19 má tedy glamping velký potenciál růstu jak v Česku, tak i v zahraničí a lze tedy s Riley v tomto ohledu souhlasit.

Pro potřeby této práce byl výzkum prováděn mimo jiné také polostrukturovanými rozhovory s provozovateli glampingových areálů. Původně bylo plánováno, že rozhovory budou osobně uskutečněny s větším počtem provozovatelů, nicméně v důsledku pandemie Covid-19 nebylo toto možné. I tak se ale podařilo uskutečnit rozhovory s provozovateli dostatečně reprezentativního vzorku glampingových areálů, aby bylo možné zodpovědět otázky položené touto prací. Pokud by byly provedeny rozhovory s maximálním možným počtem provozovatelů glampingových areálů, je možné, že by byly předloženy nové, originální odpovědi na položené dotazy, nicméně v celkovém kontextu nelze předpokládat, že by se získané poznatky výrazně lišily.

7. Závěr

Diplomová práce se zabývá novou formou cestovního ruchu – glampingem. Je třeba uvést, že práce je velmi aktuální a zachycuje glampingový turismus v momentálním stavu rychlého rozvoje. Hlavním cílem práce bylo charakterizovat glamping jako novou formu CR a na základě této charakteristiky poté vytvořit analýzu glampingové nabídky a zhodnotit současný vývoj a potenciál glampingu v Česku. Obecný výzkum glampingu se v takovémto rozsahu na území Česka dosud nekonal, čímž tato práce přináší zcela nový a ucelený pohled na glampingové prostředí v České republice. Již během zpracování diplomové práce jsem se setkala s velkým zájmem o výsledky této práce z řad dotazovaných provozovatelů a majitelů glampingových areálů a dokonce i se zájmem místní samosprávy v oblasti vyšší koncentrace glampingu. Tento zájem dokazuje rostoucí popularitu glampingu a současně i nedostatek informací o tomto druhu turismu v Česku. Tato práce tedy na poptávku reaguje a přináší ucelený soubor žádaných informací o glampingu v Česku.

V rámci této diplomové práce došlo k teoretickému zarámování glampingového CR na základě dostupných zahraničních zdrojů. Pro další směřování práce byla následně klíčová dostatečná charakteristika a určení hlavních znaků glampingu, jeho vývoje, typologie glampingových ubytovacích objektů, formování profilu účastníka glampingu, jeho motivace a celkové shrnutí tohoto nového trendu v cestovním ruchu. V práci bylo dále vymezeno geografické rozložení glampingu ve světě a byly popsány nejdůležitější destinace na základě nabídky zahraničních portálů s glampingovým ubytováním. V úvodní části práce byla také vystihnuta možná specifika potenciálu Česka pro glamping. Na základě těchto zjištění a vymezení obecné charakteristiky glampingu, bylo dále možné určit parametry (typologie glamping pro následný výzkum) a metodické postupy pro analýzu současného stavu a jeho nabídky v Česku, které jsou vysvětleny v metodické části práce. Pro hodnocení současného stavu byla použita metoda analýzy nabídky prostřednictvím průzkumu trhu a poptávky po glampingu a pro zjištění kvalitativních informací byla použita metoda polostrukturovaného rozhovoru a terénního výzkumu.

Teoretická část v rozsahu popsaném výše tedy poskytla dostatečný podklad k tomu, aby mohla být provedena druhá část diplomové práce, a to část analytická. V analytické části bylo důležité nejdříve určit obecnou poptávku a nabídku glampingu v Česku a popsat jejich geografické rozložení. Významným bodem práce bylo vytvoření mapy rozmístění glampingových areálů v Česku, na základě které mohla být uskutečněna další analýza prostředí glampingu. Poté byly určeny specifické charakteristiky glampingového CR v Česku, jeho specifika a trendy.

Zjištěné výsledky jsou blíže popsány v následujících odstavcích v rámci vyhodnocení jednotlivých výzkumných otázek, které byly vymezeny v této práci, a na základě kterých bylo poté možné zhodnotit celkový potenciál glampingu v Česku.

Jaký je současný stav a vývoj glampingu v Česku na pozadí vývoje ve světě? Jaké je v Česku prostředí pro rozvoj glampingu a jaký zde má glamping potenciál?

V rámci průzkumu trhu a nabídky bylo v Česku nalezeno 64 glampingových areálů a 2 portály inzerující glampingové pobyty, z nichž většina vznikla v posledních třech letech.

Dále bylo u stávajících glampingových objektů zaznamenáno plánované rozšiřování nabídky a také plánované otevření nových glampingových areálů v roce 2021. Tyto výsledky ukázaly aktuální rychlý nárůstu popularity glampingového CR v Česku a celkového počtu glampingových objektů. V Česku je vhodné prostředí pro rozvoj glampingu v důsledku atraktivního přírodního prostředí a tradiční popularity rekreace v přírodě. Poptávka po glampingu je zde ovlivněna motivací nového turisty, kterého zajímají atraktivní a jedinečné koncepty, a který dává důraz na své zdraví a odpočinek, což mu nabízí právě pobyt v přírodě.

Jaké je v Česku a ve světě geografické rozložení glampingu? Kde v Česku najdeme glampingové objekty?

Přestože se glamping vyskytuje ve všech krajích České republiky, nejvyšší koncentrace glampingu byla zmapována v krajích ve střední části republiky v pruhu od Libereckého a Královéhradeckého kraje přes Středočeský kraj a Vysočinu po Jihočeský kraj. Právě v Jižních Čechách se vyskytují dva největší regionální shluky glampingu, a to na západ od Českých Budějovic a v okolí města Jindřichův Hradec. Naopak výrazná absence glampingových objektů byla zjištěna na východě a západě republiky. Dále bylo zjištěno, že se glamping koncentruje ve vysoce atraktivní přírodní krajině - ve venkovských a horských oblastech s příznivými předpoklady pro cestovní ruch a v blízkosti velkoplošných chráněných území. Právě kvalitní přírodní prostředí v blízkosti lesních ploch, trvale travních porostů a částečně také v blízkosti vodních ploch, které tato krajina nabízí, je nejdůležitější charakteristikou lokalizace glampingu v Česku a předpokladem vhodné destinace pro glamping.

Jakou má v Česku glamping sezónnost?

Za hlavní sezónu byla označena letní sezóna, kdy mají otevřeno všechny areály a toto období bývá obecně nejobsazenější. Nicméně se v Česku nacházejí i glampingové objekty, které mají otevřeno celoročně. To je umožněno charakterem jednotlivých struktur objektů, možnosti topení a wellness, které zvyšují obsazenost a sezónnost i v zimním období a sezóna pak může být celoroční.

Jaká je cílová skupina uživatelů glampingu v Česku?

Z výzkumu vyplynulo, že zákazník glampingu v Česku odpovídá charakteristice nového turistu a je obecně vyššího sociálního statusu, má kladný vztah k přírodě a je to většinou domácí turista z České republiky. Z důvodu velkého rozptýlu ostatních charakteristik zákazníků však není možná rozsáhlejší specifikace typického glampingového turistu, na čemž se shodli všichni respondenti.

Jaký měla pandemie viru Covid-19 a související krize vliv na glamping?

Glamping byl situací ohledně pandemie zasažen pouze minimálně a zároveň měla tato situace částečný vliv na jeho vývoj. Toto bylo zapříčiněno dvěma hlavními faktory glampingu, a to komfortním pobytem v přírodě a zaměřením glampingu na tuzemskou klientelu.

Vzhledem k charakteristice predikcí o vývoji turismu před sezónou a mnou realizovaného výzkumu glampingu během a po hlavní letní sezóně, bylo možné označit glamping (mimo festivalového glampingu) za úspěšný model CR během pandemie. Z výzkumu je zřetelné, že situace ohledně pandemie Covid-19 měla v Česku částečný vliv na vzrůst poptávky, obsazenosti a celkově glampingového CR, avšak vzhledem k tomu, jak se glamping rychle kontinuálně rozvíjí a roste jeho popularita v Česku během posledních let, není současná krize hlavním hybatelem jeho rozvoje.

Jaký má glamping v Česku potenciál?

V rámci práce bylo jedním z hlavních úkolů posoudit potenciál glampingového CR v Česku a ze všech výsledků mého výzkumu vyplývá, že je jednoznačně na vzestupu.

Rychlost růstu popularity glampingu dokazují jak hodnoty vyhledávání pojmu glamping na internetu, které se za poslední dva roky čtyřikrát zvýšily, tak i rychle rostoucí počet glampingových objektů a areálů. Těch od roku 2017 vzniklo přibližně 58, což je téměř 90 % všech současných glampingových objektů. Mimo glampingových areálů vznikly v poslední době i portály nabízející glampingové pobyty a také společnosti nabízející glampingové vybavení.

Velká popularita glampingu mezi turisty je viditelná i z velmi vysoké obsazenosti areálů, kdy nejznámější areály mají plný rezervační kalendář na rok dopředu a obsazené víkendy během hlavní letní sezóny dokonce i na dva roky dopředu. Z této skutečnosti vyplývá, že glampingový pobyt v Česku je spíše first-minute záležitostí a vyžaduje včasnou rezervaci. Z takto vysoké obsazenosti je zřejmé, že v Česku je po glampingu velmi vysoká poptávka a glampingový trh není stále nasycen a má potenciál dále růst.

V Česku jsem vymezila tři typy glampingových areálů, a to kategorie odpočinkového klidného glampingu v přírodě, kategorie glamping součástí zážitku a kategorie glamping součástí ubytovací

nabídky. Klidný odpočinkový glamping v přírodě, který je v současnosti nejpoblárnější kategorií, patří spolu s další kategorií - glamping součástí zážitku především do fáze objevení destinace v rámci životního cyklu produktu CR, která souvisí se vznikem nových glampingových objektů a destinací. Myslím si, že tato kategorie glampingu má potenciál v této fázi zůstat, a to z důvodu samotného charakteru glampingu v Česku, který představují zejména malé areály, jejichž hlavní atrakcí je zážitek venku v přírodě a v soukromí, vztah k udržitelnosti, vyšší cenová kategorie pobytu a lokalita v zajímavém přírodním prostředí.

Kategorie *glamping součástí ubytovací nabídky*, u nás v porovnání se zahraničím není dosud tak oblární. Tato kategorie patří do fáze omlazení - poststagnace destinace a představuje velký potenciál pro starší campingové rekreační areály, kterých je v Česku velké množství a jsou často na sklonku své životní fáze, ve fázi stagnace. Areály, které do své tradiční nabídky campu a chatěk přidají i glampingové objekty, omladí a redesignují svou nabídku, a tím se stanou atraktivnějšími pro nové zákazníky. Touto fází začíná nový životní cyklus destinace, který vede k opětovnému nárůstu návštěvnosti areálu.

Glamping má tedy v Česku na jedné straně velký potenciál dalšího rozvoje a vzniku nových areálů, zároveň na druhé straně i potenciál i rozvoje a omlazení starších campingových rekreačních a ubytovacích objektů. Potenciál vzniku nových areálů a omlazení již existujících areálů a jejich rozšíření je především v atraktivním přírodním prostředí horské a venkovské krajiny s velmi příznivými, ale i průměrnými předpoklady pro CR. Vzhledem k vysoké poptávce po ubytování v glampingových objektech, obsazenosti již existujících glampingových areálů a rostoucímu zájmu o glamping jako takový, lze do budoucna předpokládat růst počtu glampingových areálů a rozšiřování služeb souvisejících s glampingem, jako jsou například portály zaměřující se na glamping. Sama skutečnost, že samotný růst glampingu negativně neovlivnila ani sama krize spojená s pandemií viru Covid-19 je důkazem toho, jak moc je tento trend trávení volného času aktuálně oblární a jaký má do budoucna potenciál. Vzhledem k tomu, že je glamping novou formou cestovního ruchu, lze předpovídat jeho budoucí vývoj spíše obtížně. Nicméně je dle mého názoru velice možné, že bude docházet ke spojení glampingu s dalšími typy zážitků, jako mohou být například zážitky gastronomické (vaření v přírodě), sportovní (jóga, outdoorové sporty) či zážitky evokující návrat do dětských let („tábor“ pro dospělé) či více podobných typů zážitků.

8. Seznam zdrojů

Literatura

ANDREY, C., GALERA, H., CABIDO, J., WISKEY, W. (2014): New trends in the outdoor hospitality industry. HES-SO Valais Tourism Management

AHN, C. S., LEE, M. S. W. (2015): Adventure Campers, Fairy Tale Glampers, and Authenticity, Tourism engagement. Co-creating well-being. Proceedings of the 6th Advances in Tourism Marketing Conference, 8. – 10. 9. 2015, 12-17.

BOSCOBOINIK, A., BOURGUARD, E. (2012): Glamping and Rural Imaginary, From Production to Consumption: Transformation of Rural Communities. Münster: LIT Verlag, 157-162.

BROOKER, E., JOPPE, M. (2013): Trends in camping and outdoor hospitality – An international review. Journal of Outdoor Recreation and Tourism, Vol. 3, 1-6.

BUCKLEY R., COGHLAN, A. (2013): Nature-based tourism. A Handbook of Tourism and the Environment. London. Routledge.

CVELIC BONIFAČIĆ, J., MILOHNIC, I. (2014): Change Management in Camping Tourism. In: Suvremeni trendovi u turizmu, 154-173.

CVELIC BONIFAČIĆ, J., MILOHNIC, I., CEROVIC, Z. (2017): Glamping – Creative Accommodation in Camping Resorts: Insights and Opportunities. 4th International Scientific Conference: Tosee – Tourism in Southern and Eastern Europe 2017, 101-114.

EADINGTON, W., SMITH, V. (1992): Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism, University of Pennsylvania Press

FRANCH, M., MARTINI, U., BUFFA, F., PARISI, G. (2008): 4L tourism (landscape, leisure, learning and limit): responding to new motivations and expectations of tourists to improve the competitiveness of Alpine destinations in a sustainable way, Tourism Review, Vol. 63 No. 1, 4-14.

FREYER, W. (2011): Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. 10., überarbeitete und aktualisierte Aufl., xvii, München. 572-580.

Groe, L. (2018): Glamping. The new sustainable tourism development model. ICTEA Conference 2018. University of Calabria.

HALL, C. M., PAGE S. J. (2006): The geography of tourism and recreation. Routledge, third edition.

HENDL, J. (2005): Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Portál, Praha.

JANDUSOVÁ, A. (2017): Zhodnocení potenciálu Glamour campingu v České republice. Diplomová práce. Vysoká škola obchodní v Praze.

MACLEOD, N. (2019): Glamping, The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism. SAGE Publications. University of Greenwich, London.

MOLZ, G., (2013): Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: The case of couchsurfing. *Annals of tourism research* 43, 210-230.

PETRUSA, I., VLAHOV, A. (2019): The Role of Glamping in Development of Camping Tourism Offer – Possibilities and Future Prospects in the Republic of Croatia. *Proceedings of FEB Zagreb 10th International Odyssey Conference*. University of Zagreb Faculty of Economics & Business, 826-843.

PIRNAR, I., ICOZ, O. (2010): The new tourist: impacts on the hospitality marketing strategies. Conference EuroCHRIE. Amsterdam.

SAKÁČOVÁ, K. (2013): GLAMPING – Nature served on silver platter. Master's thesis. Aarlborg University.

TĚTĚKOVÁ, M. (2013): Glamping – luxusní stanování a další trendy v ubytování. Bakalářská práce. Vysoká škola obchodní v Praze.

VRTODIŠIČ, A., CVELIC BONIFACIC, J., LICUL, I. (2018): Glamping - the new outdoor accomodation. *Ekonomika Misao i Praksa*. 27. 621-639.

VYSTOUPIL, J. a kol. (2006): Atlas cestovního ruchu České republiky. Ministerstvo pro místní rozvoj. Praha.

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A. a kol. (2015): Cestovní ruch - učební text, Masarykova Univerzita,
https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_ePDF.pdf
(cit. 7.11.2020)

WALL, G., MATHIESON, A. (2006): *Tourism: change, impacts, and opportunities*, Harlow, England, 1st., 412.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Linde, Praha.

Internetové zdroje

AMAZING PLACES (2020): Objevitelka kouzelných míst v Česku: hory frčí, jsme národ sportovců.
<https://www.amazingplaces.cz/cs/blog/objevitelka-kouzelnych-mist-v-cesku-hory-frci-jsme-narod-sportovcu-336> (cit. 27.11.2020)

ARIZTON (2019): Glamping Market in Europe - industry outlook and forecast 2020-2025, <https://www.arizton.com/market-reports/europe-glamping-market> (cit. 27.10.2020)

ARIZTON (2019): Glamping Market in the US - Industry Outlook and Forecast 2019-2024, <https://www.prnewswire.com/news-releases/1-billion-glamping-market-creates-new-wave-in-the-us--market-research-by-arizton-300791541.html> (cit. 16.10.2020)

DIMNIK, M. (2016): Our definition of glamping, <https://www.linkedin.com/pulse/our-definition-glamping-maja-dimnik/?trk=mp-reader-card> (cit. 14.10.2020)

THE ECONOMIST (2011): Guys and poles, <https://www.economist.com/books-and-arts/2011/07/14/guys-and-poles> (cit. 22.10)

ESPINOZA, A. A. (2002): Motivation of Nature Tourism. www.ecotourism.com (cit. 22.10.2020)

FODORS (2013): The beginners guide to glamping, <https://www.fodors.com/news/the-beginners-guide-to-glamping-6854> (cit. 22.10.2020)

GLAMPINGHUB (2020): From camping to glamping, History and evolution, <https://glampinghub.com/blog/history-of-glamping/> (cit. 4.11.2020)

GLAMPINGHUB (2020): Rental search. <https://glampinghub.com/rentalsearch/> (cit. 22.11.2020)

INSPIRED CAMPING (2020): Glamping and cool camping, <https://www.inspiredcamping.com/glamping-cool-camping/> (17.9.2020)

IS MENDELU, (2020): Druhy CR, https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=44498 (4.10.2020)

KPMG (2018): Současné trendy v cestovním ruchu s důrazem na hotelnictví. <https://home.kpmg/cz/cs/home/clanky-a-analyzy/2018/04/soucasne-trendy-v-cestovnim-ruchu-s-durazem-na-hotelnictvi.html> (cit. 2.10.2020)

LUXENTENTEN (2020): Thinking differently in times of crisis, https://www.inspiredcamping.com/wp-content/uploads/2020/05/Whitepaper_Thinking_Differently_In_Times_Of_Crisis_May2020_EN.pdf

MINTEL UK (2018): UK camping and caravans market report, <https://store.mintel.com/uk-camping-and-caravans-market-report> (cit. 8.11.2020)

MMR (2020): Krizový akční plán cestovního ruchu v České republice 2020-2021. https://www.mmr.cz/getmedia/7c1df7f3-f5b1-4a6c-ba83-41b663f8577f/Krizovy-akcni-plan-CR-CR-2020-2021_2.pdf.aspx?ext=.pdf (cit. 19.11.2020)

OTTEN, R. (2019): Glamping Business European Trend Report With Richard Otten. Podcast 009. <https://www.inspiredcamping.com/glamping-business-european-trend-report-with-richard-otten-009/> (cit. 15.8.2020)

PORTÁL PRO CR, (2020): Cestovní ruch - trendy, druhy a formy, <https://www19.uhk.cz/cs-CZ/portal-cestovniho-ruchu/Multimedialni-strukturovane-ucebni-texty/Udrzitelny-cestovni-ruch/Cestovni-ruch-trendy,-druhy-a-formy> (29.10.2020)

REGIONDO (2020): 9 Tourism Trends That Will Shape the Travel Industry in 2020 and Beyond, <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018/> (cit. 25.11.2020)

ECOTOURISM (2020): What is ecotourism?, <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> (cit. 4.10.2020)

RILEY, S. (2020): Inspired camping, <https://www.inspiredcamping.com/glamping-consultant-sarah-riley-highlights-a-tourism-turnaround/> (cit. 18.10.2020)

Internetové stránky jednotlivých areálů

AFRICA HOUSE (2020): Africa House. <https://www.africahouse.cz/africky-stan-baobab> (cit. 11.11.2020)

BARÁČEK NA STROMĚ (2020): Baráček na stromě. <http://www.baraceknastrome.cz> (cit. 11.11.2020)

BPR ČESKO (2020): Portál BPR. <https://www.bprcesko.cz> (cit. 11.11.2020)

CAMPING LIPNO (2020): Camping Lipno Modřín. <https://www.campinglipno.cz/kemp/jurty.html> (cit. 11.11.2020)

DOBČICKÉ RYBNÍČKY (2020): Dobčické rybníčky. <http://www.dobcickerybnicky.cz> (cit. 11.11.2020)

DRSLAVICE MARINGOTKA (2020): Drslavice Maringotka. https://www.airbnb.cz/rooms/24636306?source_impression_id=p3_1603114011_ON2Mg3DnoocyAEnr (cit. 11.11.2020)

GLAMP U ZMAŘILÉHO NÁMOŘNÍKA (2020): Glamp u zmařilého námořníka. <https://www.facebook.com/GlampGuron/> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING BRDY (2020): Glamping Brdy. <https://glampingbrdy.cz> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING LUHAČOVICE (2020): Glamping Luhačovice. <https://www.glampingluhacovice.cz/v-hutce> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING NOVÁ ŽIVOHOŠŤ (2020): Glamping Nová Žihovošť. <https://kempnovazivohost.cz> (cit. 11.11.2020)

TEEPEE&SPA (2020) Glamping Pyskočely. <https://www.teepee-spa.cz> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING STAN PEKAŘOV (2020): Glamping stan Pekařov. <https://www.glampingcz.cz/glamping/luxusni-stan-v-pekarove-11604> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING U HRABĚTE KINSKÉHO (2020): Glamping u Hraběte Kinského. <https://www.booking.com/hotel/cz/glamping-u-kinskych.cs.html> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING V DIVOČINĚ (2020): Glamping v divočině.
https://www.airbnb.cz/rooms/43700217?_set_beve_on_new_domain=1600088740_N2EzNzZjZDE3OWVWk&source_impression_id=p3_1600088742_NCKcewNc0TS0GG0Y (cit. 11.11.2020)

GLAMPING WAKEANDFUN (2020): Glamping Wakeandfun.
<https://www.glampingcz.cz/glamping/sahara-stany-na-decinsku-9826> (cit. 11.11.2020)

GLAMPING U ROSŮ (2020): Gramping u Rosů. <https://www.glampinghome.cz> (cit. 11.11.2020)

HIDE AND SEEK (2020): Hide and Seek Aranka. <https://www.hideandseek.cz> (cit. 11.11.2020)

CHATA V LESE PLUHŮV ŽDÁR (2020): Chata v lese Pluhův Ždár.
https://www.airbnb.cz/rooms/33523128?source_impression_id=p3_1607531373_snlw2kc58X96aU2d (cit. 11.11.2020)

CHILL VILLAGE (2020): Chill village s.r.o. <https://chillvillage.cz/#about> (cit. 11.11.2020)

JURTA V DRAHANSKÉ ROKLI (2020): Jurta v Drahanské rokli.
<https://www.booking.com/hotel/cz/jurta-v-drahanske-rokli.cs.html> (cit. 11.11.2020)

KEMP CHVALŠINY (2020): Kemp Chvalšiny. <https://www.campingchvalsiny.nl/cs/> (cit. 11.11.2020)

KEMP JETŘICHOVICE (2020): Kemp Jetřichovice. <https://www.kempjetrichovice.cz/galerie> (cit. 11.11.2020)

KEMP MALEŠOV (2020): Kemp Malešov. <https://www.malesovkemp.cz> (cit. 11.11.2020)

KOPULE U JEŠTĚDUV (2020): Kupole u Ještědu. <https://www.kupoleujestedu.cz> (cit. 11.11.2020)

KVETLOIS (2020): Kvetlois. <https://www.facebook.com/kvetlois-103466114721863/> (cit. 11.11.2020)

LESNÍ GLAMPING (2020): Lesní glamping. <https://www.lesniglamping.cz> (cit. 11.11.2020)

LESY MĚSTA BRNO (2020): Lesy města Brno. <https://www.lesymb.cz/pronajmy-objektu/tree-house-babi-lom> (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA ALFONS U LIPNICE (2020): Maringotka Alfons u Lipnice.
https://www.airbnb.cz/rooms/16356997?source_impression_id=p3_1598550111_19GY6joUsvx0O6Vc&guests=1&adults=1 (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA ALUNA (2020): Maringotka Aluna. <https://www.booking.com/hotel/cz/maringotka-aluna.cs.html> (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA ČESKÁ KANADA (2020): Maringotka Česká Kanada.
<https://www.maringotkavceskekanade.cz> (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA LABUŤ (2020): Maringotka Labuť.
https://www.airbnb.cz/rooms/45201336?source_impression_id=p3_1604611489_tAwTJxSmWpLSKeLP&guests=1&adults=1 (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA MERUŇKA (2020): Maringotka Meruňka.
https://www.instagram.com/maringotka_merunka/?utm_source=ig_embed&ig_mid=0061606E-C813-4969-B4EB-5FEDFD8A8272 (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA NA PASTVINĚ (2020): Maringotka na pastvině.
<https://www.maringotkanapastvine.com/fotogalerie> (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA TICHÁ (2020): Maringotka Tichá. <https://www.maringotkaticha.cz> (cit. 11.11.2020)

MARINGOTKA V SADU (2020): Maringotka v sadu.
https://www.airbnb.cz/rooms/20192358?s=51&source_impression_id=p3_1604611782_hDtFE1Z1Bxpngbtr (cit. 11.11.2020)

MEADOW LIFE (2020): Meadow Life - Glamping & Experience South Bohemia.
https://www.airbnb.cz/rooms/27670127?location=glamping&source_impression_id=p3_1598546522_S0gpiyrTUTDXvdB8 (cit. 11.11.2020)

MLÝNSKÁ MARINGOTKA MATYLDA (2020): Mlýnská maringotka Matylđa. <https://mlynska-maringotka-matylđa.reservio.com> (cit. 11.11.2020)

MOBILE HUT (2020): Mobile Hut. <https://www.mobilehut.eu> (cit. 11.11.2020)

NADIVOKO (2020): Nadivoko. <https://www.nadivoko.cz/rezervace> (cit. 11.11.2020)

NABESPANÍ GLAMPING (2020): Nebespaní glamping. <https://www.nebespani.cz/stany.html> (cit. 11.11.2020)

OTYLKA ČACHROV (2020): Otylka Čachrov.
https://www.airbnb.cz/rooms/25925598?source_impression_id=p3_1607531464_MIATZsXnpyRB7A35 (cit. 11.11.2020)

POKOJCZECH (2020): Pokojczech. <https://www.booking.com/hotel/cz/pokojczech.cs.html> (cit. 11.11.2020)

POŠUMAVSKÁ MARINGOTKA (2020): Pošumavská maringotka.
<https://www.instagram.com/posumavskamaringotka/> (cit. 11.11.2020)

REKREAČNÍ AREÁL OSTRUŽNO (2020): Rekreační areál Ostružno. <http://www.sklar-ostruzno.cz> (cit. 11.11.2020)

RESORT GREEN VALLEY (2020): Resort Green Valley. <http://www.green-valley.cz> (cit. 11.11.2020)

RESORT RALSKO (2020): Resort Ralsko. <https://www.resortralsko.cz/> (cit. 11.11.2020)

SAFARI PARK DVŮR KRÁLOVÉ (2020): Safari park resort Dvůr Králové.
<https://safariparkresort.cz/cz/bungalovy-stany> (cit. 11.11.2020)

STRNADOVSKÝ MLÝN (2020): Strnadovský mlýn. <https://www.strnadovskymlyn.cz/cs/tree-house> (cit. 11.11.2020)

STROMOVNY (2020): Stromovny. <https://www.stromovny.cz> (cit. 11.11.2020)

TINY HOUSE DONE (2020): Tiny House Done Beldov.
https://www.beldov.com/?fbclid=IwAR3MOyu47_2-s31bupUpEY9CbiCcJnMSOZh4DvZnUTdHkNg7jrY6eH9ZYRY (cit. 11.11.2020)

TRAPANI HOUSE & CAMP (2020): Trapani House & Camp.
https://www.airbnb.cz/rooms/29853106?_set_beve_on_new_domain=1598548841_Njk2OGM5MTYwMzQ2&source_impression_id=p3_1598549159_PMP9L702tjKk2TJT (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE & SPA ZVIČINA (2020): Treehouse & Spa Zvičina. <https://treehouse-zvicina.cz> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE ČESKÁ KANADA (2020): Treehouse Česká Kanada.
<https://www.treehouseceskakanada.cz/treehouse> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE JEŠTĚD (2020): Treehouse Ještěd. <https://www.treehousejested.cz> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE POD JEŠTĚDEM (2020): Treehouse pod Ještědem <https://www.thpodjestedem.cz> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE SNĚŽNÍK (2020): Treehouse Sněžník. <http://treehouses-sneznik.cz> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE STVOŘIDLA (2020): Treehouse Stvořidla. <https://www.treehouse-stvoridla.cz> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE V BRDECH (2020): Treehouse v Brdech.
<https://www.booking.com/hotel/cz/treehouse.cs.html> (cit. 11.11.2020)

TREEHOUSE VOLARY (2020): Treehouse Volary. <https://treehouses.mestovolary.cz> (cit. 11.11.2020)

VAGÓN (2020): Vagón. <https://wellnesslive.cz/vagon/> (cit. 11.11.2020)

VČELÍNY ŽELIV (2020): Včelíny Želiv. <https://www.vcelinyzeliv.cz> (cit. 11.11.2020)

VODNÍ DOMKY ČEJKOVICE (2020): Vodní domky Čejkovice. <https://www.vodnidomkycejkovice.cz> (cit. 11.11.2020)

WELLNESS FISHING ROUBENKA (2020): Wellness Fishing Roubenka. <https://wellnesslive.cz/wellness-fishing/> (cit. 11.11.2020)

WELLNESS TREEHOUSE (2020): Wellness Treehouse - Apartmány Staňkov. <https://www.apartmany-stankov.cz/c-47-treehouse.html> (cit. 11.11.2020)

YPSILON GOLF LIBEREC (2020): Ypsilon Golf Liberec. <https://ygolf.cz> (cit. 11.11.2020)

YURTA CHLUM U KV (2020): Yurta Chlum u KV.
https://www.airbnb.cz/rooms/675736?_set_bev_on_new_domain=1598548841_Njk2OGM5MTYwMzQ2&source_impression_id=p3_1598549372_vC%2BagmCE2xTWrlhx (cit. 11.11.2020)

ZÁMEK LOUČEŇ (2020): Zámek Loučen. <https://www.zamekloucen.cz/eshop/garden-glamping-hit-letosniho-leta/pro154.html> (cit. 11.11.2020)

Seznam zdrojů dat

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD (2020): Počet obyvatel v regionech soudržnosti, krajích a okresech České republiky k 1. 1. 2020, <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112019> (cit. 3.12.2020)

GOOGLE TRENDS (2020): Google LLC Trends data, <https://trends.google.com> (cit. 9.11.2020)

Mapové zdroje

MMR (2020) Rajonizace ČR. Územní dimenze. <https://www.mmr.cz/cs/microsites/uzemni-dimenze/dokumenty/podklad-pro-zpracovani-uap-v-tematu-cestovni-ruch>

Seznam respondentů

FOFOVÁ. Telefonní rozhovor s majitelkou glampingového areálu. 3.11.2020.

FRAŇKOVÁ. Telefonní rozhovor s travel direktorkou pro glampingový portál BPR. 11.11. 2020.

GABRIEL. Rozhovor s majitelem glampingového areálu. Chrásná. 5.10.2020.

HRNČÍŘÍK HEJDUKOVÁ. Rozhovor s majitelkou glampingového areálu. Pyskočely. 6.9.2020.

PEŠEK. Telefonní rozhovor s majitelem projektu Hide and Seek. 10.11.2020.

SLAČÁLEK. Rozhovor s majitelem glampingového areálu. Malešov. 8.9.2020.

STŘÍTECKÝ. Rozhovor s majitelem glampingového areálu. Dobčice. 26.7.2020

PŘÍLOHY

Seznam příloh

- Příloha 1: Přepis rozhovoru Teepee&Spa Pyskočely
- Příloha 2: Přepis rozhovoru Kemp Malešov
- Příloha 3: Poznatky z rozhovoru Treehouse Česká Kanada
- Příloha 4: Přepis rozhovoru Resort Ralsko
- Příloha 5: Přepis rozhovoru Maringotka Tichá
- Příloha 6: Přepis rozhovoru Glamping Nová Živohošť
- Příloha 7: Přepis rozhovoru Hide and Seek
- Příloha 8: Přepis rozhovoru BPR Česko
- Příloha 9: Seznam fotografií
- Příloha 9: Tabulka české glampingové nabídky
- Příloha 10: Mapa českých glampingových areálů

Příloha 1: Přepis rozhovoru

Místo: Teepee&Spa (Glamping Pyskočely)

Datum: 6.9.2020

Respondent (R): Hrnčířík Hejduková

Popis situace - rozhovor v areálu, prohlídka Teepee&Spa s majitelkou, následně prohlídka zbytku areálu

1) Základní informace

„Kdy jste začali s glampingem a co Vás k tomu vedlo?“

R: „Začali jsme v roce 2016 se stromhousem, o dva roky později jsme přidali Teepee a letos jsme přidali Paseku. Já sama mám moc ráda neobvyklé ubytování a náš Glamping nastartoval Stromhous, který se nám velice osvědčil a my chtěli pokračovat v té linii a pokaždé vytvořit něco trošku jiného.“

„Jaká je vaše obsazenost?“

R: „Se zájmem problém zatím nemáme, máme obsazeno i na dva roky dopředu.“

„Jaké je průměrná délka pobytu?“

R: „Průměrně 1-2 dny. Stromhouse má z 95% jednonoční. U Teepee jsem nechtěla aby to bylo pouze na jednu noc, potřebujeme tady delší dobu na úklid, také déle trvá než se roztopí sauna a vířivky, takže jsem vysadila vysokou cenu na jednu noc a poté postupně snižovala cenu na další noci. Nejčastější pobyt tu tedy dvě noci. Na Pasece bojujeme s převážným ubytováním na jednu noc, ale chceme postupně dávat pobízející balíčky na prodloužení.“

„Jaký máte počet lůžek?“

R: „Na Stromhousu 4, v Teepee 5 a na Pasece 2.“

„Jak se o Vás lidé nejčastěji dozví?“

R: „Lidé se o nás často dozví na portálu Amazingplaces, ty se hodně zabývají glampingem. Poté si to zarezervují skrze náš web.“

2) Prostředí

„Jaké se myslíte, že je v Česku prostředí pro rozvoj glampingu?“

R: „Myslím, že v Česku je vhodné prostředí pro rozvoj. Je to hlavně i tím, že se u nás dřív hodně kempovalo a kempy byly hodně oblíbené. Zároveň lidé mohli x let cestovat tak si rádi dopřejí i luxus. A ten trend co je dnes na vzestupu je je teď spojit to kempování a luxus.“

„Jak tráví čas Vaši zákazníci?“

R: „Z 90% se odsud nehnou. Když jsou tady na dýl, tak první ráno jim uděláme velkou snídani aby se ani nemuseli nikam hnout.“

„Máte zde nějaké doprovodné aktivity/program?“

R: „Máme zde u Teepee saunu a vířivku, na Pasece je sauna a na Stromhousu sedíte v korunách stromů, což samo o sobě už stačí. Máme zde k dispozici náčiní na grilování, a pokud zákazníci chtějí tak jim může přijít ugrilovat šéfkuchař.“ „Využívají to lidé?“ „Ano, hodně.“

„Mohou si u Vás zákazníci objednat jídlo?“

R: „Jezdím nakupovat maso a suroviny na snídane, které zákazníkům děláme. Snažím se podporovat malé zemědělce a malé místní řezníky. Zákazníci si od nás můžou maso na gril koupit, my jim ho naložíme do bylinek z naší bylinkové zahrádky, do česneku, chilli.“

„Jak se k Vám zákazníci dostanou?“

R: „V 99% přijedou autem. Jezdím se autobus z Prahy a pár lidí za rok přijede autobusem nebo autem.“

3) Sezónnost

„Máte nějaký problém se sezónností? Jaká je u Vás sezónnost?“

R: „Se sezónností problém vůbec nemáme. Léto se vždy obsadí jako první, ale poté se obsadí i zima.“

4) Cílová skupina

„Kdo jsou Vaši zákazníci?“

R: „Různě. Lidé z různých vrstev, různého složení, mladý, starší, rodiny, páry. Nedá se to vůbec specifikovat na jednu skupinu.“

„Odkud přijíždějí?“

R: „Různě. Určitě to není jenom z Prahy.“

„A z jakých zemí máte zákazníky?“

R: „Většinou z Česka.“

„Myslíte si, že mají vztah ke campování?“

R: „Spíš si myslím, že chtějí něco úplně neobyčejného. Přespat v hotelu je pro ně nuda a hledají něco co má nějaká plus.“

„Vrací se k Vám zákazníci?“

R: „Často se vracejí, často.“

5) Vliv Covid-19 krize

„Jaký měla Covid-19 krize vliv na Vaše ubytování?“

R: „Byl to spíš psychický dopad, protože jsme museli zavřít a lidé neustále ve stresu volali s tím, že mají homeoffice, jsou zavření v malých bytech a chtěli k nám do přírody a prosili aby mohli přijet. To pro nás bylo nejtěžší, že jsme museli odmítat lidi z tohoto důvodu. Po otevření jsme museli začít všechno desinfikovat, cedrová kád' nám teď přestala volit cedrem.“

„Změnila se Vám obsazenost?“

R: „Po znovuotevření nárůst byl, protože jak mám na rok dopředu obsazeno, tak jsem ty zákazníky, kterým se pobyt zrušil, neměla kam přesouvat. I noví zákazníci poté volali a chtěli si zabookovat Ubytování, tím jak se dlouho nemohlo cestovat vůbec nebo se báli cestovat tak každý chtěl mít aspoň něco tady.“

„Změnila se Vám během toho i klientela?“

R: „Ne, akorát k nám nejezdí Slováci“.

6) Doplnující informace, problémy glampingu

„Máte zde nějaký problém, co třeba sousedi?“

R: „Se sousedy zatím problém vůbec nemáme, my jim vycházíme vstříc. Jsou spokojení, že jim díky nám vyskočili ceny nemovitostí. Letošní problém jsou vosy.“

Příloha 2: Přepis rozhovoru

Místo: Kemp Malešov

Datum: 8.9.2020

Respondent (R): Slačálek

Popis situace - prohlídka areálu, rozhovor ve středověké restauraci, prohlídka pivovaru a tvrze

1) Základní informace

„V čem je Váš glamping areál speciální?“

R: „Specifický je v tom, že si myslím, že je jako jediný pojatý středověkým způsobem. Je to takový cimrmanovský příběh, protože já jsem už měl tvrz, kterou jsem zrekonstruoval, potom jsem udělal sousední pivovar a poté se mi podařilo koupit pozemky a nemovitosti tady pod tvrzí. Lidé se nás často ptali na ubytování, který my jsme tady neměli. Když jsem koupil tady ty pozemky, tak jsem si říkal, že by tady bylo dobré udělat penzion. Jenomže aby penzion dával smysl, musel by být pro cca 35 lidí a mít 16 pokojů a to je velká investice. To jsem ale nechtěl a jednou v noci jsem vymyslel, že by šlo udělat středověký vojenský tábor. Ve středověku sebou vozili veškeré vybavení do stanů, na vozech tahali nábytek, kožešiny. Když se někde šlechtici zastavili, tak si tam udělali komnatu která byla vlastně něco jako mobilní dům. Tak jsem si řekl, že to by mohl být super, levnější a kdyby to nezafungovalo, tak prodám stany a mám tady tvrz se zahradou. Tenhle nápad mi poté doplnila investorka, která objekt spoluvlastní, a zmínila, že by nikdy nejela do kempu, kde by nebyli koupelny. S architektem jsme poté vymysleli laminátový korpus koupelny do stanů, které nám vytvořil sochař a my jsme tam poté udělali velkoformátové tisky středověkých iluminací na látku, které koupelnu zdobí.

Dále tu máme středověkou krčmu, kde vaříme podle opravdových středověkých receptů, které modernizujeme, ne ve smyslu ingrediencí, ale ve smyslu příprav aby to bylo požitelné pro dnešního člověka. A ten komplex toho, že tu máme středověkou krčmu, camp a nad tím tvrz, tak si myslím, že ten areál je unikátní s perfektním prostorem u rybníka. Tu unikátnost dělá nejenom situování do středověku, ale i kombinace věcí kolem. Jsme unikátní nejenom v Česku, je tu sice středověká krčma v Dětenicích a v Anglii jsem našel středověký glamp u hradu, který je kýčovitý, ale já jsem se snažil především o autentičnost. Samozřejmě to není úplně autentické, stany jsou upravené pro moderního člověka, ale snažím se aby to bylo pokud možno autentičtější než kýčovité. Lidé mi často říkají, že to tu máme málo středověké když máme například v krčmě nové stoly, protože si představují středověk jako špinu a hromady haraburdí. Středověký řemeslníci ale nevyráběli staré stoly, ale nové.”

„Jak je ta tvrz stará?“

R: „Historická věž se datuje k začátku 14. století.”

„Kdy jste otevřeli glampingový kemp?“

R: „V roce 2019.“

„Jaký máte počet lůžek?“

R: „Máme 32 lůžek.“

„Jaká je průměrná délka pobytu?“

R: „Z hlavy vám to neřeknu a také máme teprve druhou sezónu, a ty dvě sezóny byly dost odlišné. První sezóna byly krátkodobé pobyty, 1-2 maximálně. Letos díky tomu co se děje, že lidé nejezdili do zahraničí, tak jsme tady měli relativně hodně pobytů na 4-5 nocí. Ale stejně bych řekl, že průměrná délka pobytu bude kolem 2 nocí maximálně.“

„Máte svůj rezervační systém?“

R: „Používáme Previo.“

„Jaká je vaše obsazenost?“

R: „Červenec a srpen jsme měli obsazenost okolo 90%, teď v září už je to méně, kolem 60%. Teď máme dost firem, bohužel je to složitá doba, kdy nám často firma ruší ze dne na den z důvodu nakaženého zaměstnance.“

2) Prostředí

„Jak tráví čas Vaši zákazníci?“

R: „My tady máme koncept Zážij Malešov. Tvrz, nabízí prohlídky a firma the Chaimber tady vytvořila unikovou hru, ve které hraje 10 herců a je na 3 hodiny. Potom jsme tady vytvořili pivovar a muzeum, kde jsou také možné prohlídky a ochutnávky. Dále je tu možnost výletů, Kutná hora je vzdálená pěšky 6 km, máme tu okruh na zřícenině hradu Sion. V Kutné hoře není moc možností hezkého ubytování, proto turisté sem často přijedou sem k nám a poté jedou na výlet do Kutné hory.“

„Myslíte si tedy, že je Váš areál úspěšný i díky lokaci blízko Kutné hory?“

R: „Částečně ano, protože to je velký turistický cíl, ale myslím že celkový koncept areálu je úspěšný.“

3) Sezónnost

„Jaká je Vaše sezónnost?“

R: „Od 1. května do 31. října.“

„Máte nějaký problém se sezóností?“

R: „Samozřejmě jsou krajní období nejhorší, ale my jsme ten začátek úplně nevyzkoušeli. Letos byl květen hezky obsazený, ale museli jsme mít zavřeno kvůli Covidu. Teď se nám plní i říjen, ale v tu dobu už je celkem zima, ale stále se nám vyplatí.“

4) Cílová skupina

„Kdo jsou Vaši zákazníci?“

R: „Lze to zhruba obrátově rozdělit na třetiny. 1/3 jsou rodiny s dětmi, 1/3 jsou mladý i starší páry a 1/3 jsou firmy, které utratí nejvíce peněz, ale nejsou tak časté.“

„Jaká je věková kategorie zákazníků?“

R: „Nejtypičtější ročníky jsou ročníky kolem roku 90. Nejčastěji jsou věkově kolem 30-40 let, občas jsou tu starší.“

„Odkud přijíždějí?“

R: Překvapivě z celé republiky, samozřejmě Praha a hodně zákazníků z Moravy, třeba Sever Moravy, Frýdek Místek, Opava, Ostrava, okolí Zlína a Praha.“

„Máte i zahraniční hosty?“

R: „Minimum. V řádu jednotek.“

„Myslíte si, že mají vztah ke campování?“

R: „Je to kombinace těch co mají vztah ke campování a těch co nikdy nekempovali a řekli, že tohle je nejbližší co jsou ke kempování ochotni jet, protože jsou tady postele a koupelna. Spousta zákazníků říká, že by do campu nejeli, a tohle je pro ně největší odvaz který si dokážou představit.“

„Máte zde tedy možnost komerčního využití?“

R: „Děláme firemní akce a svatby. Firemní akce jsou většinou na jeden den, teď tady budeme mít firmu na 2 dny, kdy tu budou mít akci ve stylu Masterchef a budou si vařit na kotlících.“

5) Vliv Covid-19 krize

„Jaký měla Covid-19 krize vliv na Vaše ubytování?“

R: „Hlavně vliv na moje nervy. Mělo vliv na to, že jsem přišli o celý květen a část června. Poté někdy v létě se objevila informace, že na Kutnohorsku je ohnisko epidemie a lidé začali rušit. Z 80% to zrušili ale ti, kteří nechtěli nosit roušky, 20% zákazníků se bálo nakažení.“

„Změnila se Vám obsazenost?“

R: „To bych neřekl, ve chvíli kdy jsme otevřeli tak to bylo v pořádku, poté během týdne až dvou, kdy bylo v Kutné hoře ohnisko tak to částečně pokleslo.“

„Na příští rok už máte nějaké rezervace?“

R: „Už mám nějaké rezervace, ale nemáme plno. Ono se to zaplní hlavně po Vánocích.“

„Změnila se Vám během toho i klientela?“

R: „Nemyslím si, klientela kterou jsme měli se pouze rozšířila. Přijelo nám sem ale pár miliardářů na soukromé oslavy.“

6) Problémy glampingu, doplňující informace

„Máte zde nějaký problém?“

R: „S vedením města máme dobré vztahy a starosta vidí, že dáváme práci místním lidem.“

Než jsem koupil tvrz a přilehlé pozemky, tak si místní na používali pozemky jako vlastní, měli tu skládku, bordel, parkoviště a dělali si tam co chtěli. Já jsem jim to tedy tento zvyk narušil poté, co jsem si pozemek koupil a postavil tady camp, začal dělat kemp a začali sem jezdit zákazníci. Po cestě vedoucí

ke campu dřív prošlo minimum lidí, teď po ní sem jezdí auta, což se ale snažím omezit. Máme sem zákaz, ale zákazníci sem také často přijedou a potřebují parkovat u stanu. Na jednu stranu sousedy chápu, na druhou stranu mají pocit že zvykové právo rovná se zákon. Takže je to často trochu tření se sousedy, ale na druhou stranu dost lidem tady dávám vydělat.”

Příloha 3: Poznatky z rozhovoru

Místo: Treehouse Česká Kanada

Datum: 1.10.2020

Respondent (R): provozovatelka treehousu

Popis situace -Telefonní rozhovor bez nahrání

- Majitelé nechtějí dávat obsáhlé rozhovory, provozovatelka tedy odpověděla pouze na některé otázky. Už pětkrát totiž někdo využil toho, že chtěl vědět jejich know-how.
- V prvních dvou týdnech po vyhlášení nouzového stavu měli najednou zarezervovanou celou sezónu. Kdyby měli 5 treehousů, tak dokáží obsadit všechny.
- Dříve častá i zahraniční klientela, Rakušané a Maďaři, teď většinou Češi, letos bohatší klientela letos
- není to pro ně problém zaplatit, když nemůžou do zahraničí.
- Zákazníci zůstávají v oblasti, Nová Bystřice, Artoleč, Blízké Rakousko, podle provozovatelky přinášejí do oblasti nemalé finanční přínosy.
- Mají sezónu do konce října, dokud není velká zima. Minulý rok instalovali teplou sprchu, podle provozovatelky to dělá velký rozdíl v nárůstu obsazenosti.

Příloha 4: Přepis rozhovoru

Místo: Resort Ralsko

Datum: 5.10.2020

Respondent (R): Gabriel

Popis situace - rozhovor v areálu, prohlídka areálu a přilehlého okolí s majitelem

1) Základní informace

„Jaká je specializace Vašeho resortu?“

R: „Je to návrat k přírodě a bydlení bez elektřiny a moderních vymožeností.

Resort tady provozujeme první sezónu a okolo toho rybníku tady teď chceme stavět podobný domečky, ale na vodě. Nejmenoval bych to jako specializaci, v podstatě děláme co nás baví.“

„Co Vás k tomu vedlo?“

R: „Původně to byla souhra okolností, já jsem dlouho působil v Praze a chtěl jsem se vrátit zpět do mého rodiště což je tady poblíž. Měli jsme tady ten pozemek a uvažovali jsme co tady s tím udělat a vymyslet a tohle je výsledek.“

„Tady ty chatičky patří také k vašemu areálu?“

R: „Bohužel ne, tohle patří pánovi co tady původně chtěl udělat střelnici a vojenský tábor. My jsme se s ním několikrát už chtěli spojit a pozemek od něj odkoupit, ale není s ním moc řeč.

Máme v plánu teď stavět domečky na vodě. Teď nám tam již roste roubenka, která bude dokončená do konce roku a bude součástí resortu. Příští jaro vyrostou dva domečky na vodě.“

„Kolik máte lůžek?“

R: „V každém objektu 4, a roubenku plánujeme cca 12-16 míst.“

„Jaká je průměrná délka pobytu?“

R: „Průměrně 2 dny, spousta lidí si to pronajímá na jednu noc. Maximum jsme tu měli novomanžele na 5 dnů, ale to už i mně přijde zbytečně dlouhý. Myslím, že na ten zážitek, přespání a prozkoumání okolí stačí 2-3 dny. My tu nemáme elektřinu a myslím, že ten komfort tu už na více dnů není takový.“

„Jaká je obsazenost?“

R: „Obsazenost je v podstatě stoprocentní, ale z letošního roku nejde moc žádný závěry dělat, protože ta situace letos je velmi specifická.“

„Kdy jste začali obsazovat?“

R: „Obsazenost byla 50 % před spuštěním sezóny a v průběhu sezóny se to doprodávalo. My jsme v nabídce amazing places a inzerujeme přes ně, takže letos přes amazingplaces sem spousta lidí jezdila s dárkovými vouchery od nich.“

2) Prostředí

„Jaký má váš objekt vztah k udržitelnému rozvoji?“

R: „Máme spolupráci s lokálním řezníkem, s lokální vinotékou a lidé si před příjezdem můžou objednat na terasu nějaký víno podle jejich výběru a naložený maso na gril. Ráno sem lidé věšíme snídaňový koš, který si vytáhnou na terasu.“

„Jakou si myslíte, že má glamping pozici na českém trhu?“

R: „Obrovskou práci v tomhle směru dělají stránky *amazing places* a to, že se o glampingu začíná pořádně mluvit. Za tuhle sezónu my přišlo okolo 20 nabídek účastí ve člancích. Myslím si, že spousta lidí stále neví co to znamená, ale lidé, co se v tom pohybují tak kvitují, že se ten termín dostává do povědomí. Druhá věc je, že spousta lidí pronajímá maringotky, domečky na stromě a vodě z toho důvodu, že to místo mají rádi a baví je to. Je to trosku jiný způsob než penziony a hotely.“

„Jak tráví čas vaši zákazníci?“

R: „To je strašně specifický. Máme tu tipy na výlety po okolí. Tady ta lokalita je strašně zajímavá v tom, že je tu spousta cyklostezek a v podstatě tady za lesem je bývalý vojenský prostor Ralsko. Ten prostor nebyl přes 30 let přístupný a trénovali tam rusové s tanky. Je tam obrovský množství vyasfaltovaných cestiček v bezvadném stavu na kolo a na houby a stále se o tom moc neví. Takže tu je úžasný prostředí a okolí a za druhé je to stále neobjevené a lidé jsou tam sami. Jezdí nám sem mladí lidé s kolama, prarodiče s vnukama, chodí na výlety po okolí nebo jenom zůstanou tady v areálu a rozdělají si oheň.“

„Nabízíte nějaký doprovodný program?“

R: „Ne, plánujeme to do příštího roku. Chceme tady v lese dětem vytvořit nějakou hru, že tam budou mít mapu pokladu a domečku. Jinak nic doprovodného nemáme, uvažujeme o spolupráci s místními kluky na vyjíždky s koňmi, ale to si umím spíš představit, když tu lidé budou na dýl.“

Když lidé přijedou odpoledne a druhý den v poledne odjíždějí, tak pokud budou chtít něco extra tak si to spíš zařídí sami. Největší atrakce je tady teda to přírodní prostředí.“

„Jak se sem dopravují?“

R: „99 % přijede autem.“

„Je tu nějaká občanská vybavenost? Nakoupí si něco v místní obci?“

R: „Tím že, jezdí autem a na kratší dobu tak si ve velké většině přivezou co potřebují.“

„Pronajímáte to tu i na komerční akce?“

R: „Měli jsme tu svatby. Máme tu domluvený obřad a focení na příští rok pro 2 svatby, ale hlavní akce poté bude jinde z důvodu naší nižší ubytovací kapacity.“

3) Sezónnost

„Jaká je Vaše sezónnost?“

R: „Od května do listopadu. Máme tam plynové kamna, které domeček vytopí a stačí tam chvíli topit a je to vytopené na celou noc, protože dřevo krásně drží teplotu.“

4) Cílová skupina

„Jaká je Vaše cílová skupina? Kdo jsou Vaši zákazníci? Umíte to určit?“

R: „Neumím. Dělal jsem si před sezónou průzkum a měl jsem pocit, že to budou spíše zajímavé pro městské lidi. To se z části naplnilo. Neuměl jsem si představit, že to bude zajímavé pro lidi z blízkého okolí do 50 km, které bydlí v atraktivním okolí hor a lesa. Hned třetí zájemci byli kamarádky od sestry, které bydlí u velkého jezera 5 km odsud a od té doby jsme tu měli hodně dalších lidí z blízkého okolí a Liberce... Rozdělit bych na na dvě půlky, buď sem jedou v páru nebo přátelé a druhá skupina jsou rodiny s menšími dětmi.“

„Umíte určit věkovou skupinu?“

R: „Je to mix... Největší a příjemné překvapení bylo to, jací sem jezdí lidé. Lidé jsou z toho nadšení a velmi hezky se k tomu objektu chovají. To je spojený i s tím, že ti lidé, kteří si mohou dovolit dát tyto peníze za dovolenou tak nejsou pitomci a chovají se k tomu pěkně. Spousta lidí po sobě odveze odpadky, svlíknou peřiny a nechávají po sobě čisto.“

„Umíte určit odkud sem zákazníci přijíždějí?“

R: „Většinou z Prahy. Někdy jsme měli zahraniční lidé, kteří mají spojení k Česku a mají tu například část rodiny, například tu tak byli Dánové a Nizozemci a paní z USA.“

„Myslíte si, že mají tito lidé vztah ke campování?“

R: „S campováním bych to nespojoval. Myslím, že mají vztah k přírodě. Někdo sem jede díky tomu, že cíleně objíždí glampingové objekty. Někdo si to tu vybral asi podle fotek, protože pak byli překvapení a nepřijeli připravený na pobyt v přírodě.“

5) Vliv Covid-19 krize

„Jaký si myslíte, že váš resort ovlivnila situace okolo Covid-19 krize?“

R: „Osobně si myslím, že Covid-19 ovlivnil zvýšenou poptávku, ale nemůžu to říct na základě srovnání, které ještě nemáme, díky tomu, že jsme otevření první sezónu. Myslím si, že tato situace měl přínos v tom, že si lidé glamping vyzkoušeli a za druhé si lidé vyzkoušeli, že jde udělat kratší a hezká dovolená i v rámci Česka, která se dá zamluvit i pár dnů předem.“

6) Doplnující informace, problémy glampingu

„Měli jste někdy problémy s obcí či sousedi?“

R: „S obcí byla spolupráce v pořádku.“

Příloha 5: Přepis rozhovoru

Telefonní rozhovor - Maringotka Tichá

Datum: 3.11.2020

Respondent (R): Fofová

Popis situace - Proběhla krátká emailová komunikace a následně telefonní rozhovor s paní Fofovou

„Jaká je specializace Vaší maringotky?“

R: „Za nás je tam neskutečné ticho a klid a zastaví se tam čas. Poslední dva roky to tam vznikalo za provozu, maringotka tam už byla když jsme pozemek koupili a já se rozhodla jí využívat tak před 3,5 roku. Nejdřív jsme tam udělali dva tábory a rituály a lidem se tam tak líbilo, že jsme to dali na Airbnb a od té doby jsme se nezastavili.“

„Můžete mi popsat prostředí Vaší maringotky?“

R: „Je to 30 m na kopci na jižní stráni na louce. Máme tam dotaženou i elektřinu a tekoucí teplá voda a splachovací záchod.“

„Jaká je průměrná délka pobytu?“

R: „Většinou 3-4 dny. Celý týden zůstává málo lidí.“

„Jaká je Vaše sezónnost?“

R: „I teď a v zimě by se tam dalo být, není to už taková pohodička jako na podzim.“

„Jaká má Vaše maringotka vztah k udržitelnému rozvoji?“

R: „Maringotku využívám pro svoje tábory zaměřený na Montessori výuku. Také prodávám ve své maringotce tinkтуры, které vyrábím. Letos jsme tam vybudovali kořenovou čistírnu vody. Nechceme aby lidé jezdili autem až na louku, protože se ta louka se tam dlouhodobě udržuje pro sekání trávy pro zoo. Trvám na tom, aby tam lidé používali ekologické prostředky.“

„Jakou si myslíte že má glamping pozici na českém trhu?“

R: „Vím, že speciálně maringotky jsou populární. Spousta lidí k nám přijela, protože si to chtěli vyzkoušet a poté si postavili vlastní glampingovou maringotku.“

„Jak tam tráví čas Vaši zákazníci?“

R: „Na 99% jdou vždy do zoo pokud mají děti. Dospělí co jezdí tak jsou dva extrémy. Část lidí chodí na výlety nebo jezdí na výlety na kole. A druhá část lidí zůstává u maringotky a jsou v těžkém zpomalení, a odpočívají a jsou ve zpomaleném módu.“

„Jak k Vám zákazníci jezdí?“

R: „Letošní sezónu převážně autem. Loni k nám jezdilo i spousta lidí vlakem a pak přišli pěšky.“

„Dokážete definovat kdo jsou vaši zákazníci?“

R: „Je to 50 na 50. Mám třeba skupinu chlapů, který jezdí se svými dětmi. Jezdí k nám rodiny s dětmi, skupiny žen na rituály, pár motorkářů i spousta lidí na neskutečných pracovních místech a ředitelů s luxusními auty. Je to pelmel páry, rodiny a skupiny. Musí říct, že k nám jezdí lidé co si mohou dovolit jet do luxusního hotelu.”

„Umíte specifikovat jejich věkovou kategorii?”

R: „Také všechno možný. Jezdí mi tam paní které ji i přes 70 let, mladý manželský pár z Pardubic. Vůbec se to nedá specifikovat, naopak nás to vždy dostane a překvapí.”

„Víte odkud ty lidé většinou přijíždějí?”

R: „Celá republika, z Prahy, Ostravy, Liberce, všechno možný. Ze zahraničí k nám jezdí, ale letos jsme neměli nikoho. Hodně Poláci a Němci.”

„Myslíte si, že ty lidé mají vztah ke kempování z dětství?”

R: „Určitě. Nebo k chalupářství. Spousta z nich mi říká, že byli zvyklí jezdit k babičce a jsou často i překvapení, že tam máme vodu.”

„Jaký měla Covid krize vztah na Vaše ubytování?”

R: „Ne, akorát nám nepřišli cizinci. Jinak nevidím žádný vliv, ale já tam mám normálně plno takže nevidím rozdíl. Na čarodějnice mám vždy obsazený červen, červenec a srpen.”

„Měli jste někdy problém se sousedy, se zákazníky nebo s obcí?”

R: „Nejsem si vědoma. Lidé po sobě neskutečně uklízejí a nechávají po sobě pořádek. Někdy mi tam nechávají i dárky.”

„Jaká je v okolí občanská vybavenost?”

R: „Lidé si většinou něco přivezou jídlu nebo je tu nedaleko restaurace. Vždy je vidět, že si tu grilují, dělají si buřty na ohni a vaří si tu.”

Příloha 6: Přepis rozhovoru

Telefonní rozhovor, komunikace skrze zprávy - Glamping Nová Živohošť

Datum: 9.11. 2020

Respondent (R): provozovatel Glamping Nová Živohošť

Popis situace - Proběhl krátký rozhovor s paní na recepci a poté mi sám provozovatel areálu odpověděl na položené otázky skrze zprávy na sociální síti Instagram.

„Jaké byly důvody k vytvoření glampingových objektů ve Vašem areálu?“

R: „Jedná se o celkovou revitalizaci nově pořízeného původního turistického campu, do kterého nebylo dlouho investováno. Současně jde o celkovou změnu koncepce směrem k ubytování pro rekreaci u vody, v ohraničeném prostoru s vyšším standardem bydlení, okolí a služeb. Kdysi tady byli staré chatky, to se vše odstěhovalo a začínáme znovu. Inspirovali jsme se v Chorvatsku, odkud nám přivezli i stany a postavili nám je tu. Díky Covid-19 však bylo vše zpomalené a máme tedy v plánu otevřít od června 2021. Zvažujeme, že v postupně budeme dělat víc a víc glampů a postupně se opustí od stanů.“

„Jaké máte očekávání vzhledem k pozitivním změnám, které může glamping Vašemu areálu přinést?“

R: „Jedná se o glampingový areál - celkem zatím 9 stanů s dalším výhledem na rozšíření. Dále je v areálu (jiné části) umožněno trvalé stání karavanům a stany. Stany jsou rozmístěné do tvaru hnízda, dokola, a uprostřed je pro děti udělaná herna a skákací míče.“

„Jakou plánujete sezónnost Vašich glampingových objektů?“

R: „Zatím pouze jarní, letní a část podzimní sezóny. Zimní sezóna bude teprve zvážena ohledně nezbytného přizpůsobení stanů i zimním podmínkám provozu.“

„Na jakou cílovou skupinu se plánujete zaměřit?“

R: „Cílová skupina jsou rodiny s dětmi, případně i páry pro individuální relaxaci a dovolenou. Stany mají kapacitu až 6 osob, velké provedení ve třech ložnicích, menší stany také 6 osob, kdy dětský pokoj je vybaven palandami. Budeme cílit na zahraniční i českou klientelu, ale bude to i finanční záležitost. Zároveň se chceme zaměřit na víkendové a týdenní pobyty.“

„Mají Vaše stany nějaký vztah k udržitelnosti a udržitelnému rozvoji a jaký?“

R: „Vysoká estetičnost stanů, spolu s proběhlými revitalizačními kroky a celkově „dovolenou v souladu s přírodou“ - ale při vyšším standardu - přispěla k zásadnímu zlepšení původního místa.“

Příloha 7: Přepis rozhovoru

Telefonní rozhovor - BPR Česko (portál s glampingovou nabídkou)

Datum: 11.11. 2020

Respondent (R): Fraňková

Popis situace - Proběhla krátká emailová komunikace a následně telefonní rozhovor s paní Fraňkovou, která je Travel Director pro BPR.

„Můžete mi na úvod říct něco o BPR a jak jste s glampingem začali?“

R: „My jsme eventová agentura a protože díky Covid-19 byl obor eventů velmi omezený, napadlo nás v březnu 2020 vytvořit si glampingovou nabídku.

Začali jsme s našima vlastníma 2 glampingama - Obora u rodu Kinských a druhé u wakeboardového resortu Wakeandfun, které je atraktivní v rámci sportovních doplňkových aktivit. Dále jsme sdružovali ostatní glampingy a snažili se na vázat spolupráci. Musím říct, že oni od nás nečerpali tolik rezervací a kontaktovali přímo je. Pro ně to tedy nebylo tolik přínosné, často už měli dost rezervací z minulých měsíců. Naším cílem je, aby jsme byli jednička na českém trhu v nabídce glampingů a to se docela daří. Začali jsme oslovovat i zahraniční glampingy, ale situace je tam taková podobná jako u nás, že už spousta z nich má plno, ale vidí to propojení. Teď jsme získali do nabídky jeden glamping v Chorvatsku a dále jednáme o spolupráci se Slovenskem, kde ten glamping taky frčí. My sami jsme se teď zaregistrovali na jednom zahraničním portále, kde jsme prezentováni, ale uvidíme příští rok jak půjde sezóna se zahraničím. Příští rok plánujeme otevřít minimálně jeden další glamping v Jeseníkách s krásným výhledem. Vzhledem ke zkušenosti, že jsme na rychle vybudovali letos tyto dva stany a odbyt to mělo, tak jsme se rozhodli, že budeme nabízet službu zprostředkování na klíč. Můžeme dovést stany z ciziny, máme v nabídce dvě firmy a dokážeme najít místo pro glampingový stan. Všichni partneři nám letos říkali, že se letos sezóna povedla a měli obsazeno. Je vidět, že zájem o to je. Musím říct, že sezóna pro nás byla poměrně úspěšná a snažíme se rozvíjet.”

„Jak vybíráte destinace pro glamping?“

R: „Poprvé to bylo přes osobní kontakt, kdy jsme se rozhodli, že to spojíme s aktivitami wakeboardu, aby to bylo atraktivnější. V druhé lokaci máme zázemí domu v Jeseníkách. Poté jsme měli zájem o Castle glamping, a tak jsme oslovovali státní a soukromé hrady a tak jsme se dostali k panu Kinskému, kterému se tento nápad líbil. Příští rok u něj plánujeme další stan, je to tam atraktivní díky neskutečnému klidu a oboře českého safari, kde má daňky a muflony a vysokou zvěř. Lidé z větších měst jsou z toho vykulený, jak je tam ta zvěř zvyklá se volně pohybovat. Myslím si, že lidi lákají speciální místa buď na totální klid a samota, nebo tam musí být něco navíc jako například wellness v Brdech nebo Treehouse. Lidi láká digitální detox, ale ve finále jim chybí a hledají na místech signál.”

„Jaký je myslíte hlavní důvod, že si lidé vyberou Vaše ubytování v Třebouticích?“

R: „Myslím si, že většina lidí nás oslovila až když tam byli a že jsou zvyklí tam jezdit. Je spíš doplňková služba a jiný druh campování a oslovuje především lidi co jsou zvyklí tam jezdit. Jezdí tam především

lidi, kteří rádi provozují wakeboarding a normálně tam přespí v campu nebo v karavanech, Když vidí náš glamping tak si řeknou, příště necháme stany doma a vyzkoušíme si tady glamping.”

„Víte jaká je Vaše cílová skupina, která si glamping rezervuje?”

R: „Z 90 % jsou to ženy ve věku 25-35, kteří to zarezervují a poté to nesou domů mužům.”

Příloha 8: Seznam fotografií

Foto 1: Dobčické rybníčky, vlastní: Dobčice, 27.7.2020

Foto 2: Lesní glamping, zdroj: www.lesniglamping.cz

Foto 3: Glamping na Pastvině, zdroj: www.glampingnapastvine.cz

Foto 4: Glamping Luhačovice, zdroj: glampingluhacovice.cz

Foto 5: Glamping Brdy, zdroj: www.glampingbrdy.cz

Foto 6: Teepee & Spa Pyskočely, zdroj: www.teepee-spa.cz

Foto 7: Wellness Fishing Roubenka, zdroj: www.wellnesslive.cz

Foto 8: Kemp Malešov, vlastní: Malešov, 8.9.2020

Foto 9: Glamping Nová Živohošť, zdroj: www.glampingnovazivohost.cz

Foto 10: Hide and Seek Aranka, zdroj: www.hideandseek.cz

Foto 11: Horká vana, Dobčické rybníčky, vlastní: Dobčice, 27.7.2020

Příloha 9: Nabídka glampingů v Česku

Název	Kraj	Obec	Charakteristika areálu	Typ objektů
Baráček na stromě	JHC	Zbonín	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Camping Lipno Modřín	JHC	Lipno nad Vltavou	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	jurta
Dobčické rybníčky	JHC	Dobčice	Odpočinkový klidný glamping	chatičky na vodě, treehouse
Drslavice Maringotka	JHC	Drslavice	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Chata v lese Pluhův Ždár	JHC	Pluhův Ždár	Odpočinkový klidný glamping	chata
Kemp Chvalšiny	JHC	Chvalšiny	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	Pods
Maringotka Česká Kanada	JHC	Číměř	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Maringotka Labuť	JHC	Chobot	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Meadow Life	JHC	Zbytiny	Odpočinkový klidný glamping	stan
Pošumavská maringotka	JHC	Buk	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Stromovny	JHC	Břehov	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Treehouse Česká Kanada	JHC	Nová Bystřice	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Treehouse Volary	JHC	Volary	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Vagón	JHC	Chlum u Třeboně	Odpočinkový klidný glamping	vlakový vůz
Vodní domky Čejkovice	JHC	Čejkovice	Odpočinkový klidný glamping	vodní domky
Wellness Fishing Roubenka	JHC	Velký Ratmírov	Odpočinkový klidný glamping	chata
Wellness Treehouse	JHC	Kardašova Řečice	Odpočinkový klidný glamping	treehouse, rybářská chatka
Lesy města Brno	JHM	Svinošice	Odpočinkový klidný glamping	treehouse, posed
Maringotka Meruňka	JHM	Kobylí na Moravě	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Gramping u Rosů	KHK	Batňovice	Odpočinkový klidný glamping	igloo
Lesní glamping	KHK	Pečín u Rychnova	Odpočinkový klidný glamping	stan
Maringotka Tichá	KHK	Verdek	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Rekreační areál Ostružno	KHK	Ostružno u Jičína	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	treehouse, igloo
Safari park resort Dvůr Králové	KHK	Dvůr Králové	Glamping součástí zážitku	safari stan, bungalovy treehouse stan
Treehouse & Spa Zvičina	KHK	Zvičina	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Yurta Chlum u KV	KVK	Chlum	Odpočinkový klidný glamping	jurta
Kupole u Ještědu	LBK	Hluboká u Liberce	Odpočinkový klidný glamping	kopule - geodesický stan
Resort Ralsko	LBK	Chrastná	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Tiny House Done	LBK	Smržovka	Odpočinkový klidný glamping	tiny house
Treehouse Ještěd	LBK	Křižany	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Treehouse pod Ještědem	LBK	Proseč pod Ještědem	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Ypsilon Golf Liberec	LBK	Mníšek – Fojtka	Gl. v rámci ubytovací nabídky	hausebót

Glamp u zmařilého námořníka	MSK	Razová	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	stan, teepee
Glamping stan Pekařov	OLK	Pekarov	Odpočinkový klidný glamping	stan
Maringotka v sadu	PAK	Velká Střítež	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Nebespaní glamping	PAK	České Petrovice	Odpočinkový klidný glamping	stan
Jurta v Drahanské rokli	PHA	Brnky	Gl. v rámci ubytovací nabídky	jurta
Hide and Seek Aranka	PLK	Rabí	Odpočinkový klidný glamping	mobilní udržitelný dům
Otylka Čachrov	PLK	Čachrov	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Glamping Brdy	STC	Rožmitál pod Třemšínem	Odpočinkový klidný glamping	igloo
Glamping Nová Žihovošť	STC	Křečovice	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	stan belltent
Glamping Pyskočely	STC	Pyskočely	Odpočinkový klidný glamping	teepee, chata, treehouse
Glamping u Hraběte Kinského	STC	Kněžičky	Glamping součástí zážitku	stan
Glamping v divočině	STC	Rožmitál pod Třemšínem	Odpočinkový klidný glamping	Safari stan
Kemp Malešov	STC	Malešov	Glamping součástí zážitku	historické stany
Mlýnská maringotka Matylda	STC	Olovnice	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Nadivoko	STC	Křivoklátsko	Glamping součástí zážitku	stany s podsadou
Pokojczech	STC	Nezabudice	Odpočinkový klidný glamping	stan
Resort Green Valley	STC	Chotýšany 16	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	treehouse, igloo
Strnadovský mlýn	STC	Dobrošovice	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	treehouse, viking houses
Treehouse v Brdech	STC	Bohutín	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Zámek Loučen	STC	Loučeň	Gl. v rámci ubytovací nabídky	stan
Glamping Wakeandfun	ULK	Třeboutice	Glamping součástí zážitku	stan
Kemp Jetřichovice	ULK	Jetřichovice	Gl. v rámci campu/rekr. areálu	jurta
Maringotka Aluna	ULK	Staré Křečany	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Trapani House & Camp	ULK	Obec Růžová (Bynovec)	Gl. v rámci ubytovací nabídky	bell stan
Kvetlois	VYS	Obrataň	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Maringotka Alfons u Lipnice	VYS	Řečice	Odpočinkový klidný glamping	maringotka
Treehouse Sněžník	VYS	Dolní Morava	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Treehouse Stvořidla	VYS	Stvořidla	Odpočinkový klidný glamping	treehouse
Včelíny Želiv	VYS	Želiv	Odpočinkový klidný glamping	hutka (mobilní dům)
Africa House	ZLK	Štípa	Gl. v rámci ubytovací nabídky	safari stan
Glamping Luhačovice	ZLK	Luhačovice	Odpočinkový klidný glamping	hutka (mobilní dům)
Maringotka na pastvině	ZLK	Starý Hrozenkov	Odpočinkový klidný glamping	maringotka

Příloha 10: Mapa českých glampingových areálů

